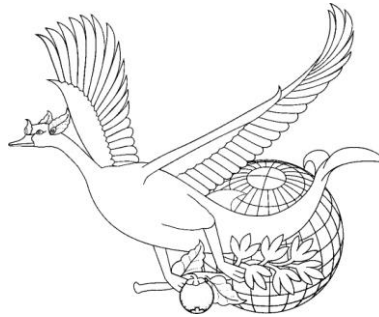


**PEMETAAN POTENSI INDUSTRI KREATIF  
SUBSEKTOR FILM, ANIMASI DAN VIDEO  
KELOMPOK PEMBUAT KONTEN AUDIO VISUAL  
DI SOLO 2014–2016**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**



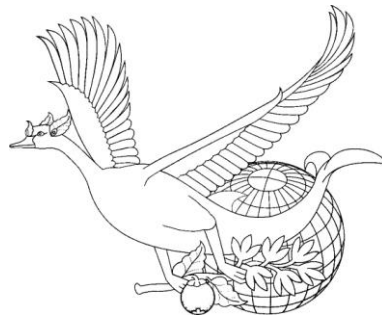
**Oleh  
Muhammad Azhar  
NIM. 11148125**

**PROGRAM STUDI TELEVISI DAN FILM  
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA  
2017**

**PEMETAAN POTENSI INDUSTRI KREATIF  
SUBSEKTOR FILM, ANIMASI DAN VIDEO  
KELOMPOK PEMBUAT KONTEN AUDIO VISUAL  
DI SOLO 2014–2016**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana S-1  
Program Studi Televisi dan Film  
Jurusan Seni Media Rekam



**Oleh**

**Muhammad Azhar**

**NIM. 11148125**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA  
2017**

## PENGESAHAN

### TUGAS AKHIR SKRIPSI

# PEMETAAN POTENSI INDUSTRI KREATIF SUBSEKTOR FILM, ANIMASI DAN VIDEO KELOMPOK PEMBUAT KONTEN AUDIO VISUAL DI SOLO 2014–2016

Oleh

Muhammad Azhar

NIM. 11148125

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji  
Pada tanggal 3 Agustus 2017

Tim Penguji

Ketua Penguji : NRA Candra, S.Sn., M.Sn.

Penguji Bidang : St. Andre Triadiputra, S.Sn., M.Sn.

Pembimbing : Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A.

Sekretaris Penguji : Widhi Nugroho, S.Sn., M.Sn.

Skripsi ini telah diterima sebagai  
salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)  
pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 4 Agustus 2017  
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

Ranang Agung Sugihartono, S.Pd., M.Sn.

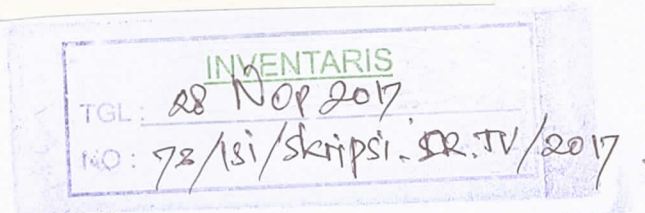
NIP. 197111102003121001

## PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Pemetaan Industri Kreatif Subsektor Film, Animasi dan Video Kelompok Pembuat Konten Audio Visual di Solo 2014–2016** beserta isinya adalah karya saya sendiri dan bukan hasil jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Hal-hal yang ada dalam skripsi ini dan bukan merupakan karya saya telah diberi rujukan sesuai dengan tata penulisan ilmiah yang berlaku. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu saya menyetujui laporan skripsi ini dipublikasikan secara cetak dan *online* oleh Institut Seni Indonesia Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, ...4 Agustus.... 2017



Muhammad Azhar

NIM. 11148125



## **PERSEMBAHAN**

Karya ini dipersembahkan kepada:

Ibu dan kakak-kakak tercinta



## MOTTO

“Jangan takut bercita-cita tinggi! Bila sekarang masih mustahil untuk dicapai, jangan ditinggalkan semuanya. Lakukan sedikit demi sedikit dari hal terkecil yang bisa kamu lakukan saat ini. Percayalah Rahmat Allah bersama orang-orang yang mau berusaha dan berprasangka baik”

IPPHO SANTOSO



## **ABSTRAK**

**PEMETAAN POTENSI INDUSTRI KREATIF SUBSEKTOR FILM, ANIMASI DAN VIDEO KELOMPOK PEMBUAT KONTEN AUDIO VISUAL DI SOLO 2014–2016. (Muhammad Azhar, 2017, hal i-95) Skripsi S-1 Program Studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.**

Film, animasi dan video merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang potensial dewasa ini. Sebagai contoh Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menjadikan subsektor tersebut sebagai prioritas dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakatnya. Memiliki potensi serupa, namun Pemerintah Kota Solo belum mendukung film, animasi dan video sebagai prioritas dalam program kerja Solo Kota Kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggali potensi subsektor industri kreatif tersebut dengan menginventarisasi pola permodalan dan pola pekerja kelompok pembuat konten audio visual di Solo 2014–2016 melalui pemetaan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data (1) Observasi, (2) Wawancara dengan alat bantu kuesioner, dan (3) Pengarsipan Dokumen.

Temuan yang dapat dihasilkan dalam penelitian ini bahwa kelompok pembuat konten audio visual di Solo berpotensi baik dilihat melalui karya-karya yang dihasilkan. Namun kelompok-kelompok tersebut masih mengalami kendala pada pola permodalan, dan pola pekerja. Rekomendasi yang disampaikan kepada Pemerintah Kota Solo, meliputi (1) Pembentukan asosiasi sebagai wadah berjejaring yang memayungi kelompok, (2) Asosiasi tersebut berada di bawah lembaga Pemerintah Kota Solo sehingga terintegrasi dengan program kerja Pemerintah Kota Solo (3) Bantuan dalam pembentukan badan hukum bagi kelompok berupa sosialisasi dan kemudahan pengurusannya, (4) Pembentukan regulasi industri kreatif subsektor film, animasi dan video di Solo, dan (5) Pengadaan program-program peningkatan kapasitas SDM.

**Kata Kunci: Solo, Industri Kreatif, Film, Animasi, Video, Pola Permodalan, Pola Pekerja**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia sehingga Laporan Tugas Akhir dengan judul **Pemetaan Industri Kreatif Subsektor Film, Animasi dan Video Kelompok Pembuat Konten Audio Visual di Solo 2014–2016** dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini dibuat sebagai syarat dalam menyelesaikan studi di Program Studi S-1 Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

Proses penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, maupun motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu ucapan terimakasih diberikan kepada :

1. Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A., selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan arahan dan masukan yang baik selama proses bimbingan dari penyusunan proposal sampai dengan skripsi ini selesai.
2. St. Andre Triadiputra, S.Sn., M.Sn., Widhi Nugroho, S.Sn., M.Sn., Citra Ratna Amelia, S.Sn., M.Sn. selaku dosen penguji yang telah memberikan koreksi dalam penulisan dan materi demi terciptanya skripsi yang baik.
3. Handriyotopo, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi dari awal perkuliahan hingga selesai.
4. Seluruh staf dan jajaran dosen pengajar Program Studi Televisi dan Film yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.

5. Ibu dan kakak-kakak tercinta yang selalu memberikan do'a serta dukungan berupa moral dan material dari awal perkuliahan hingga selesai.
6. Teman-teman Jurusan Televisi dan Film angkatan 2011 yang selalu memberikan dukungan dan semangat dari awal perkuliahan hingga selesai.

Penulis menyadari laporan skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari sempurna. Saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan laporan ini. diharapkan laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya penulis laporan serupa.

Surakarta, .....2017

Penulis



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan .....	iii
Persembahan .....	iv
Motto .....	v
Abstrak .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Gambar .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
E. Tinjauan Pustaka .....	3
F. Kerangka Konseptual .....	5
G. Metode Penelitian .....	10
H. Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II OBYEK PENELITIAN</b> .....	<b>17</b>
A. Penentuan 12 Kelompok Pembuat Konten Audio Visual di Solo .....	17
B. Profil Masing-masing Kelompok Pembuat Konten Audio Visual di Solo .....	22
C. Profil Kelompok Berdasarkan Jenis Institusinya .....	48
D. Tujuan Berdirinya Kelompok .....	49
E. Kegiatan Kelompok .....	52
<b>BAB III PEMETAAN POTENSI INDUSTRI KREATIF KELOMPOK PEMBUAT KONTEN AUDIO VISUAL DI SOLO</b> .....	<b>68</b>
A. Pola Hubungan Pendanaan .....	68
B. Pola Hubungan Kerja .....	77
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>87</b>

A. KESIMPULAN .....	87
B. SARAN .....	92
DAFTAR ACUAN .....	94
DAFTAR NARASUMBER .....	95
GLOSARIUM	
LAMPIRAN	



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1</b> Bagan alur proses seleksi narasumber menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> .....	12
<b>Gambar 2.</b> Bagan alur penelitian .....	15
<b>Gambar 3.</b> Tim Ekstrakurikuler Multimedia SMA ISLAM DIPONEGORO mewakili Surakarta dalam FLS2N di tingkat Provinsi Jawa Tengah 2016 .....	23
<b>Gambar 4.</b> Pelatihan dan pelantikan anggota baru <i>Kinecub</i> FISIP UNS 2016.....	25
<b>Gambar 5.</b> Rapat produksi Bengkel Film .....	27
<b>Gambar 6.</b> Pengurus dan anggota Ekstrakurikuler Foto & Video SMA N 7 Surakarta .....	29
<b>Gambar 7.</b> Anggota kelompok Broadcast SMA Batik 1 bersama narasumber, seusai produksi <i>talkshow</i> di studio multimedia .....	31
<b>Gambar 8.</b> Tim produksi dokumenter Liar-liar Film bersama narasumber .....	33
<b>Gambar 9.</b> Tim produksi Segi Empat .....	35
<b>Gambar 10.</b> Tim produksi Medang Kamulan Pictures bersama pemain Tauhid Dalam Hati .....	37
<b>Gambar 11.</b> Tim produksi Gading Video Production dan Mammoth Photography .....	39
<b>Gambar 12.</b> Tim produksi Royal Cinema .....	41
<b>Gambar 13.</b> Pelantikan anggota baru <i>Kineclub</i> UMS 2017 .....	43
<b>Gambar 14.</b> Tim produksi Neo Video Work .....	45
<b>Gambar 15.</b> Skema Pembagian Kelompok Pembuat Konten audio visual di Solo Berdasarkan jenis institusinya .....	48
<b>Gambar 16.</b> Grafik Pertumbuhan 12 Kelompok Pembuat Konten Audio Visual Kota Solo .....	50
<b>Gambar 17.</b> Bagan perbandingan jumlah karya film fiksi kelompok pembuat konten audio visual di Solo tahun 2014 – 2016 .....	54
<b>Gambar 18.</b> Bagan perbandingan jumlah karya film dokumenter kelompok pembuat konten audio visual di Solo tahun 2014 – 2016 .....	55
<b>Gambar 19.</b> Poster karya animasi <i>1001 CANDI</i> produksi Bengkel Film Sumber: Bengkel Film, 2016 .....	56

<b>Gambar 20.</b> Bagan perbandingan jumlah karya Videoklip kelompok pembuat konten audio visual di Solo tahun 2014 – 2016 .....	57
<b>Gambar 21.</b> Bagan perbandingan jumlah karya iklan kelompok pembuat konten audio visual di Solo tahun 2014 – 2016 .....	58
<b>Gambar 22.</b> Bagan perbandingan jumlah karya video profil kelompok pembuat konten audio visual di Solo tahun 2014 – 2016 .....	59
<b>Gambar 23.</b> Desain cover untuk hasil tender video profil AKPOL 2016 .....	71
<b>Gambar 24.</b> Desain label dan DVD box konten pesanan (videoklip <i>wedding</i> )...	72
<b>Gambar 25.</b> Contoh paket harga videoklip <i>wedding</i> .....	73
<b>Gambar 26.</b> Contoh form <i>customer</i> terkait perizinan publikasi videoklip <i>wedding</i> .....	75
<b>Gambar 27.</b> Bagan alur regenerasi kelompok pembuat konten audio visual berdasarkan jenis institusinya .....	83

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pemerintah melalui program Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 menetapkan 16 subsektor industri kreatif yang dinilai sebagai solusi peningkatan ekonomi dan pendapatan negara.<sup>1</sup> Film, animasi dan video merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang semakin mudah dijangkau dan tidak lagi dianggap mahal dalam produksinya. Hal tersebut dibuktikan dengan menjamurnya kelompok-kelompok pembuat konten audio visual. Di beberapa daerah, subsektor tersebut sudah dijangkau berbagai kalangan, mulai dari institusi pendidikan, kelompok pertemanan dan kelompok profesional. Daerah penggerakkan industri kreatif seperti Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta telah menjadikan subsektor film, animasi dan video sebagai prioritas dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakatnya. Memiliki potensi serupa, namun Pemerintah Kota Solo<sup>2</sup> belum mendukung subsektor tersebut sebagai prioritas. Subsektor yang menjadi prioritas dalam program penggerakkan industri kreatif oleh *Solo Creative City Network*<sup>3</sup> (SCCN) sejauh ini adalah seni pertunjukan, desain, kerajinan, kuliner, fesyen, pasar barang seni dan antik, serta riset dan pengembangan. Tahun 2015 Seksi Pengembangan Pembinaan Perfilman, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah tidak melibatkan Solo dalam

---

<sup>1</sup>Kelompok Kerja Indonesia Design Power. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta : Departemen Perdagangan RI. Hlm. i

<sup>2</sup>Penyebutan Kota Solo mengacu pada Kotamadya Surakarta yang disesuaikan dengan SCCN

<sup>3</sup>*Solo Creative City Network, Background and Objectives*. (Online). (<http://www.sccn.or.id/backgrounds-and-objectives.html> diakses 20 Mei 2016).



Pameran Film Dokumenter Jawa Tengah.<sup>4</sup> Padahal pada 2011–2015 di Solo terdapat lebih dari 5 individu dan kelompok yang aktif memproduksi dokumenter.<sup>5</sup> Film dokumenter Solo produksi Steve Pillar Setiabudi, 2015 berjudul *Tarung* berhasil masuk dalam Festival Film Dokumenter Yogyakarta 2015, juga menjadi nominator Festival Film Indonesia 2016. Hal ini menandai masih kurangnya dukungan pemerintah dalam meningkatkan potensi film, animasi dan video di industri kreatif Solo.

Di tempat lain, pada pemetaan pembuat film Yogyakarta 2010–2015 ditemukan dua permasalahan utama yang dialami oleh subyek penelitiannya yakni masalah pola permodalan dan pola pekerja. Bagaimana dengan pembuat konten audio visual di Solo sejak rintisan Solo Kota Kreatif pada 2014 hingga diresmikan dan berlangsung sampai 2016? Untuk menjawabnya perlu dilakukan sebuah pemetaan potensi industri kreatif subsektor film, animasi dan video kelompok pembuat konten audio visual. Sebenarnya inisiasi untuk memetakan potensi tersebut di Solo bukan yang pertama kali, hingga saat ini belum mendapatkan respon positif dari Pemerintah Kota Solo. Maka sangat penting untuk dilakukan penelitian di tingkat perguruan tinggi sebagai upaya pemberian rekomendasi kepada Pemerintah Kota Solo agar kelompok pembuat konten audio visual daerah lebih mendapat perhatian dalam memajukan potensi industri kreatif.

---

<sup>4</sup>PT. KAI. 2015. *Pameran Film Dokumenter Jawa Tengah 2015*. (Online), (<http://heritage.kereta-api.co.id/?p=7352> diakses 22 Mei 2016).

<sup>5</sup>Hasil wawancara dengan Steve Pillar Setiabudi, 39, Pembuat film dokumenter, Solo, 27 Juli 2017

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana penggalan potensi industri kreatif subsektor film, animasi dan video dengan menginventarisasi pola permodalan dan pola pekerja kelompok pembuat konten audio visual di Solo 2014–2016 dipetakan.

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan menggali potensi industri kreatif subsektor film, animasi dan video dengan menginventarisasi pola permodalan dan pola pekerja kelompok pembuat konten audio visual di Solo 2014–2016 melalui pemetaan.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai rekomendasi bagi Pemerintah Kota Solo dalam memajukan potensi industri kreatif subsektor film, animasi dan video kelompok pembuat konten audio visual di Solo. Manfaat akademik lainnya adalah sebagai data awal bagi penelitian lanjutan yang akan membahas beragam permasalahan industri kreatif subsektor film, animasi dan video secara lebih komprehensif.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Buku berjudul *Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015* ditulis oleh Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015. Buku ini

memuat informasi tentang proses pemetaan pembuat film di Yogyakarta selama periode 2010-2015. Buku ini dirujuk sebagai referensi dalam penggunaan metode pemetaan pembuat konten audio visual daerah, yaitu metode wawancara dengan alat bantu kuesioner. Ranah penelitian pada pemetaan kelompok pembuat film di Yogyakarta digunakan sebagai pengelompokan aktivitas produksi pembuat film di Yogyakarta, sedangkan penelitian ini selangkah di belakangnya, yaitu tahap awal pemetaan eksistensi kelompok pembuat konten audio visual Solo dan potensinya di bidang industri kreatif subsektor film, animasi dan video.

Jurnal penelitian berjudul *Studi Tentang Kompetensi Produksi dan Promosi Pembuat Film Independen di Surakarta* ditulis oleh Anung Rachman diterbitkan dalam Jurnal *Capture* Vol 1 No.1 Desember 2009 merupakan salah satu hasil penelitian terdahulu tentang subyek serupa. Hal yang membedakan dengan penelitian ini adalah tujuan dari hasil penelitian tidak lagi membahas tentang perbandingan kompetensi produksi dan promosi pembuat konten audio visual, namun lebih menggali potensi industri kreatif dengan menginventarisasi pola permodalan dan pola pekerja kelompok pembuat konten audio visual di Solo. Selain itu penelitian ini juga pembaharuan dari penelitian dalam jurnal tersebut.

Skripsi yang berjudul *Bentuk Kerjasama Kompas TV dan RBTB dalam Pelaksanaan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ)* oleh Danissa Dyah Oktaviani dari Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta 2014. Penelitian ini dijadikan referensi dalam pembuatan laporan tugas akhir skripsi di ranah institusi. Sejauh ini penelitian Mahasiswa Strata 1 Institut Seni Indonesia Surakarta untuk ranah kajian institusi masih

didominasi oleh industri pertelevisian. Pembaharuan penelitian ini terletak pada pengkajian ranah institusi perfilman, yang belum banyak dikaji.

Buku *Memahami Penelitian Kualitatif* yang ditulis oleh Sugiyono dan diterbitkan oleh CV Alfabeta Bandung 2012. Buku ini memberikan penjelasan mengenai pengertian metode penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data. Buku ini dijadikan referensi dalam tahap analisis data yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

## **F. Kerangka Konseptual**

Beberapa kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Konsep Ekonomi Kreatif**

Istilah Ekonomi Kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins melalui bukunya "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". Selain sebagai pembuat film asal Inggris, Ia juga aktif menyuarakan ekonomi kreatif di kalangan pemerintahan di Eropa. Menurut definisi Howkins, ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana *input* dan *output*-nya berupa gagasan. Didukung oleh UNICEF, ekonomi kreatif kini mulai disebarluaskan ke penjuru dunia dengan respon yang baik pula, ditandai dengan bermunculannya individu maupun kelompok industri kreatif. Pada tahun 1997, Tony Blair, Perdana Menteri Inggris melalui *United Kingdom Department for Digital, Culture, Media & Sport* (UK DCMS), membentuk *Creative Industries Task Force* yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang

kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Inggris. Pada tahun 1998, DCMS mempublikasikan hasil pemetaan industri kreatif Inggris yang pertama, dimana industri kreatif didefinisikan sebagai:

*“Those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property.”<sup>6</sup>*

(Industri yang berasal dari kreativitas, keterampilan dan bakat individu yang berpotensi menciptakan kekayaan dan lapangan kerja melalui eksploitasi serta pembangkitan daya cipta dan kekayaan intelektual individu tersebut).

Definisi DCMS ini selanjutnya banyak diadopsi oleh negara-negara lain yang ikut menggerakkan industri kreatif, termasuk Indonesia. Definisi industri kreatif sendiri menurut Departemen Perdagangan Indonesia pada studi pemetaan industri kreatif tahun 2007 adalah:

*“Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.”<sup>7</sup>*

Industri kreatif diyakini mampu menjadi salah satu solusi dalam mengatasi permasalahan minimnya jumlah lowongan pekerjaan khususnya di kota-kota besar. Berbekal *softskill* dari 16 subsektor industri kreatif yang dikembangkan di Indonesia, pelaku usaha dapat menciptakan lapangan kerja baru untuk dirinya dan lingkungan di sekitarnya.

---

<sup>6</sup>DCMS, 2015. *Official Statistics Creative Industries Economic Estimates January 2015*. (Online), (<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-economic-estimates-january-2015/creative-industries-economic-estimates-january-2015-key-findings> diakses 28 Juni 2017).

<sup>7</sup>BEKRAF, *Profil BEKRAF*. (Online), (<http://www.bekraf.go.id/subsektor> diakses 15 Juni 2017).



## 2. Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia

Di Indonesia perkembangan sektor-sektor industri kreatif cukup signifikan. Hal tersebut terlihat dari meningkatnya jumlah ragam industri hingga mampu membentuk pasar sendiri baik di dalam maupun di luar negeri. Industri kreatif memiliki potensi peluang usaha yang mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian yang kian besar. Tak hanya mendatangkan devisa dan mendorong pertumbuhan tapi juga mampu menyerap tenaga kerja. Pemerintah memproyeksikan, pada tahun 2030 pendapatan terbesar negara tak lagi dari pajak dan bea cukai, melainkan dari industri kreatif.

Ajang *Creative Cities Conference* yang terselenggara April 2015 lalu telah ditetapkan 19 Kota Kreatif di Indonesia, salah satunya adalah Kota Solo. 19 kota tersebut ditunjuk sebagai penggerak 16 subsektor industri kreatif di Indonesia, meliputi: (1) Aplikasi dan Pengembang Permainan; (2) Arsitektur; (3) Desain Interior; (4) Desain Komunikasi Visual; (5) Desain Produk; (6) Fesyen; (7) Film, Animasi dan Video; (8) Fotografi; (9) Kriya; (10) Kuliner; (11) Musik; (12) Penerbitan; (13) Periklanan; (14) Seni Pertunjukan; (15) Seni Rupa; (16) Televisi dan Radio.<sup>8</sup> Disadari atau tidak, sektor-sektor tersebut kini semakin banyak dan mudah dijumpai, baik di industri skala besar maupun non profesional sekalipun. Industri kreatif di sektor film, animasi dan video menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

---

<sup>8</sup>BEKRAF, *Subsektor Industri Kreatif*. (Online), (<http://www.bekraf.go.id/subsektor> diakses 15 Juni 2017).

### 3. Kelompok Pembuat Konten Audio Visual

Sejauh ini industri kreatif Solo di sektor film, animasi dan video digerakkan oleh aktivitas produksi dan distribusi mandiri oleh kelompok pembuat konten audio visual. Kelompok tersebut dijabarkan lebih rinci sebagai berikut:

- a. Kelompok terdiri dari dua orang atau lebih. Merupakan suatu kelompok sosial dari beberapa latar belakang lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama.<sup>9</sup> Kelompok pembuat konten audio visual yang termasuk dalam penelitian ini berdasarkan lingkungan institusinya dibagi tiga: 1) Institusi Pendidikan; 2) Jaringan Pertemanan; 3) Profesional.
- b. Pembuat adalah pihak yang bertanggung jawab dalam proses penciptaan/ produksi karya gambar-dengar/ audio visual.<sup>10</sup>
- c. Karya audio visual yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada pendekatan Ekonomi Kreatif BEKRAF<sup>11</sup> tentang jenis karya industri kreatif subsektor film, animasi dan video, sebagai berikut:
  - 1) Film adalah karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audio visual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi.

---

<sup>9</sup>BEKRAF, *Profil BEKRAF*. 2017

<sup>10</sup>Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015. 2015. *Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015*. Yogyakarta : Dinas Kebudayaan Daerah Istiwewa Yogyakarta. Hlm. 16

<sup>11</sup> BEKRAF, *Subsektor Industri Kreatif*. 2017

- 2) Animasi adalah tampilan *frame* ke *frame* dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan yang berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah-olah hidup atau mempunyai nyawa.
- 3) Video merupakan sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (*capture*) atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi, yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi.

#### **4. Pola Permodalan dan Pola Pekerja**

Temuan dari penelitian oleh Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015 menyimpulkan bahwa ada dua hal penting yang menjadi persoalan utama yaitu pola permodalan dan pola pekerja. Sehingga dua permasalahan tersebut dijadikan sebagai fokus kajian dalam penelitian ini.

- a. Pola Permodalan, meliputi : 1) Cara kelompok pembuat konten audio visual dalam menawarkan karyanya; 2) Negosiasi harga dan pengaturan hak cipta; 3) Legalitas badan hukum kelompok.
- b. Pola Pekerja, meliputi : 1) Sistem Perekrutan Pekerja Film; 2) Kontrak Kerja; 3) Peningkatan Kapasitas SDM; 4) Regenerasi.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu jenis yang biasa digunakan untuk meneliti tentang kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, hasil penelitiannya lebih menekankan *makna* dari pada generalisasi.<sup>12</sup> Penelitian ini dilakukan melalui pendataan dan pengamatan langsung ke dalam proses kegiatan juga lingkungan organisasi subyek, seperti proses produksi, diskusi hingga mengamati hasil karyanya.

### **2. Subyek Penelitian**

12 kelompok pembuat konten audio visual. Dalam proses wawancara, dipilih satu orang perwakilan dari masing-masing kelompok yang mengetahui perihal profil dan permasalahan yang terjadi pada kelompoknya. Mereka adalah orang-orang yang tahu tentang sejarah dan proses kerja organisasi/kelompok. Sebagian besar merupakan pemimpin, pendiri, pemilik, direktur, ketua, pembina ekstra kurikuler di SMA, manager atau produser.

### **3. Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Sumber primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>13</sup> Sumber primer dalam penelitian ini berupa hasil kuesioner, transkrip wawancara, dan catatan

---

<sup>12</sup>Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 1

<sup>13</sup>Sugiyono. 2012 : 62

observasi yang dilakukan pada proses wawancara pembuat konten audio visual di Solo.

**b. Data Sekunder**

Sumber data sekunder tidak memberikan informasi secara langsung yang bentuknya dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain.<sup>14</sup> Data ini digunakan sebagai pendukung informasi dari data primer yang diperoleh melalui arsip kelompok.

**4. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sugiono menuliskan *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>15</sup> Sampel dalam penelitian ini diambil dari kelompok pembuat konten audio visual di Solo yang masih aktif dalam kegiatan produksi selama kurun waktu 2014–2016.

---

<sup>14</sup>Sugiyono. 2012 : 62

<sup>15</sup>Sugiyono. 2012 : 54





Gambar 1. Bagan alur proses seleksi narasumber menggunakan teknik *purposive sampling*

## 5. Metode Pengumpulan Data

### a. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi dilakukan secara terus terang dimana subyek yang diteliti mengetahui maksud, tujuan dan aktifitas penelitian.<sup>16</sup> Tujuan utama pengamatan langsung di lapangan adalah untuk mendapat data akurat dari subyek yang sedang diteliti. Metode yang ditempuh adalah dengan mengamati ragam proses produksi serta sistem organisasi kelompok-kelompok pembuat konten audio visual di Solo yang memungkinkan untuk diamati.

### b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin menemukan permasalahan utama yang harus diteliti, bisa juga

<sup>16</sup>Sugiyono. 2012 : 64

metode untuk mencari tahu lebih dalam tentang subyek penelitiannya.<sup>17</sup> Data utama untuk penelitian ini didapat dengan mewawancarai satu informan di masing-masing kelompok pembuat konten audio visual di Solo yang terpilih. Wawancara dilakukan dengan menggunakan alat bantu kuesioner sebagai instrumen wawancara. Pertanyaan yang diajukan dalam proses wawancara sesuai dengan kuesioner sebagai instrumen wawancara yang sudah dirancang dan diuji sebelumnya. Proses wawancara direkam dan jawaban informan dicatat dalam kuesioner oleh peneliti. Rekaman tersebut diperlukan guna memastikan tidak ada informasi yang belum tertulis dalam kuesioner maupun catatan khusus peneliti, hal ini bertujuan untuk mengantisipasi data yang tidak tertulis di lapangan.

c. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari subyek penelitian.<sup>18</sup> Pengumpulan dokumen dilakukan dengan cara memilih dan menggandakan arsip narasumber yang terpilih untuk diteliti. Dokumen tersebut memberikan informasi tentang arsip masing-masing kelompok diantaranya, foto kegiatan kelompok, struktur organisasi serta hasil karya kelompok berupa film dan *cover* CD.

## 6. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Dalam Sugiyono, Miles dan Huberman menyebutkan aktivitas

---

<sup>17</sup>Sugiyono. 2012 : 72

<sup>18</sup>Sugiyono. 2012 : 82

dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.<sup>19</sup> Langkah-langkah analisis data ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Rincian langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut :

a) Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian akan mempermudah melakukan langkah selanjutnya. Pada saat pengumpulan data, didapatkan hasil jawaban kuesioner dan transkrip wawancara dari narasumber. Data yang telah diperoleh kemudian difokuskan pada pemetaan potensi industri kreatif kelompok pembuat konten audio visual di Solo pada kurun waktu 2014–2016.

b) Penyajian Data

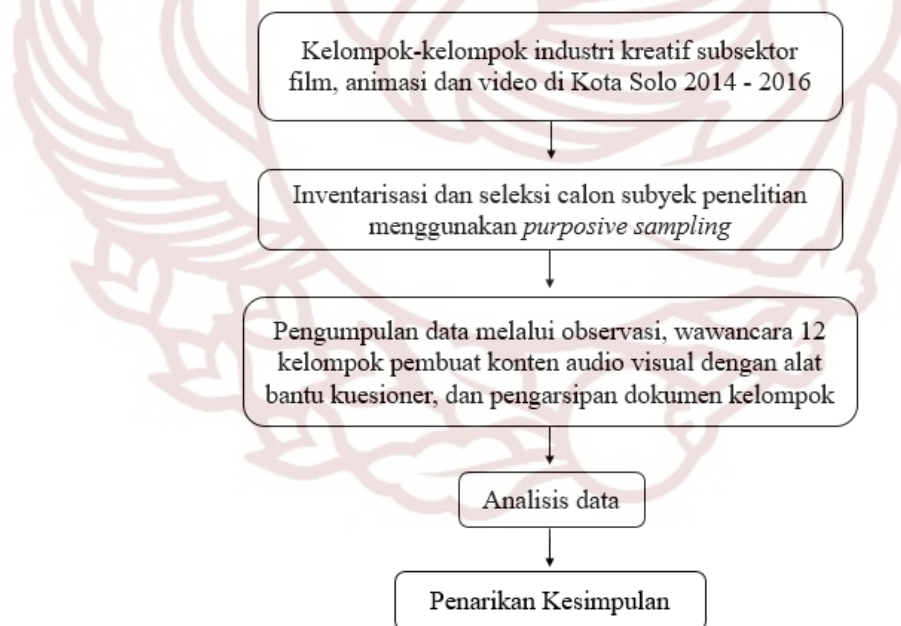
Penyajian data dilakukan setelah data direduksi. Penyajian data penelitian kualitatif disarankan dengan teks yang naratif. Selain itu dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan *chart*. Data disajikan secara detail mulai dari profil kelompok pembuat konten audio visual Solo, hubungan pendana dengan pembuat konten audio visual dan hubungan pembuat dengan pekerjaanya.

---

<sup>19</sup>Sugiyono. 2012 : 91

c) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah yang ketiga ialah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan mampu menjawab rumusan masalah mengenai hasil pemetaan potensi industri kreatif subsektor film, animasi dan video kelompok pembuat konten audio visual di Solo. Kesimpulan disusun dari hasil pengolahan data di lapangan. Selanjutnya kesimpulan perlu diverifikasi agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan. Verifikasi dilakukan dengan mencermati kembali rumusan masalah, tujuan, metode penelitian dan pembahasan kemudian dicocokkan dengan kesimpulan yang sudah dirumuskan.



Gambar 2. Bagan alur penelitian

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan laporan tugas akhir skripsi *Pemetaan Potensi Industri Kreatif Subsektor Film, Animasi dan Video Pembuat Konten Audio Visual di Solo 2014–2016* adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka konseptual, metode penelitian, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II PROFIL 12 KELOMPOK PEMBUAT KONTEN AUDIO VISUAL DI SOLO. Berisi tentang subyek penelitian berupa pemaparan profil 12 kelompok yang telah dipilih secara *purposive sampling*.

BAB III PEMETAAN POTENSI INDUSTRI KREATIF SUBSEKTOR FILM, ANIMASI DAN VIDEO KELOMPOK PEMBUAT KONTEN AUDIO VISUAL DI SOLO. Berisi tentang analisis hasil penelitian dikaji dari masalah pola permodalan dan pola pekerja.

BAB IV KESIMPULAN. Berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis dan saran sebagai rekomendasi.



## **BAB II**

### **PROFIL 12 KELOMPOK PEMBUAT KONTEN AUDIO VISUAL DI SOLO**

#### **A. Penentuan 12 Kelompok Pembuat Konten Audio Visual di Solo**

Dewasa ini film, animasi dan video sudah menjadi hal yang dekat dan mudah ditemukan di sekitar kita dengan beragam fungsinya. Walaupun semenjak kehadirannya subsektor industri kreatif ini menikmati kepopuleran yang luar biasa sebagai media hiburan,<sup>20</sup> kini industri kreatif tersebut juga berkembang sebagai media promosi, edukasi, dokumentasi kegiatan kelompok, bahkan tidak sedikit yang menjadikan karya tersebut sebagai penunjang kebutuhan personal, salah satunya videoklip pernikahan layaknya album foto. Kebutuhan dan permintaan masyarakat akan karya audio visual inilah yang mendukung subsektor film, animasi dan video sebagai salah satu cabang industri kreatif yang menjanjikan. Dari hasil penelitian yang diperoleh di lapangan tercatat sejak tahun 2000–2003 di Solo sudah berdiri 2 kelompok profesional yang bergerak dalam industri kreatif ini. Jumlah tersebut terus bertambah setiap tahunnya. Hingga 2016 tercatat lebih dari 10 kelompok dan individu pembuat konten audio visual profesional dengan target *market* dan kapasitasnya yang beragam.

Kelompok pembuat konten audio visual yang termasuk ke dalam pengumpulan data adalah mereka yang aktif berkegiatan produksi dan berorganisasi selama tahun 2014–2016. Kelompok tersebut setidaknya terdiri dari

---

<sup>20</sup>Boggs, Joseph M.. 1992. *Cara Menilai Sebuah Film*. Terjemahan Asrul Sani. Jakarta: Yayasan Citra. Hlm. 1

2 orang atau lebih. Aktif secara produksi berarti masih membuat konten audio visual baik berupa film, animasi maupun video, dan aktif secara organisasi berarti masih melakukan kegiatan kelompok baik di bidang produksi maupun lainnya seperti pemutaran, apresiasi, mengadakan *workshop*. Kriteria tersebut dipilih merujuk pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015, pemetaan oleh Cinema Poetica pada Temu Komunitas Film Indonesia (TKFI) 2016, pemetaan mandiri oleh KINE KITA pada temu komunitas film *indie* Solo 2014. Pada tahap inventarisasi calon narasumber, belum ada daftar pembuat konten audio visual di Solo yang lengkap dan terkini yang dapat dijadikan sebagai acuan atau data utama. Sedangkan daftar awal calon subyek penelitian didapat dari:

1. Daftar Nominator Tarung Solo, Festival Film Solo (FFS) 2014: (1) Mata Arjuna; (2) Kelas Sinema; dan (3) Spartarun Pictures.
2. Daftar peserta seleksi Festival Lomba Seni Siswa Nasional (FLS2N) cabang film pendek tingkat Kota Solo 2013-2014: (1) SMA Batik 1; (2) SMA N 1; (3) SMA Muhammadiyah 1; (4) SMA Kristen 1; (5) SMA N 2; (6) SMA N 7; dan (7) SMA Islam Diponegoro Surakarta.
3. Daftar peserta TKFI 2016: (1) Kineclub UNS; dan (2) Liar-liar film.
4. Daftar hadir komunitas film *indie* Solo 2014: (1) KINE KITA; (2) *Kineclub* UNS; (3) *Kineclub* UMS; (4) AYO REKAM; (5) Hail the Cube Project; (6) Liar-liar Film; (7) Bengkel Film; (8) Anarlogic; (9) Medang Kamulan; (10) Kisi Kelir; (11) Mama Kelana; dan (12) Komunitas Musik Film (KMF).

5. Hasil observasi awal peneliti: (1) Gading Video Production; (2) Royal Cinema; (3) Neo Video Work; (4) Hendrik Video; (5) 1<sup>st</sup> Picture; (6) Mawar Magenta; (7) Alphabet Film; (8) *Kineclub* UNISRI; (9) Flexcinema; (10) The Rockis; (11) Mata Bunga; (12) Felix Exitus; dan (13) The Sand Photo & Video Work.

Dari daftar tersebut, kontak yang mewakili masing-masing kelompok kemudian dilacak, mana yang bertempat di Solo dan masih aktif. Selain melalui daftar di atas, pelacakan juga dilakukan dengan bertanya kepada mereka yang telah masuk dalam daftar calon narasumber. Sebagai rincian berikut langkah-langkah pengumpulan data dalam penelitian ini:

1. Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok pembuat konten audio visual subsektor industri kreatif film, animasi dan video yang berkedudukan di Kota Solo dan masih aktif pada kurun 2014–2016. Kriteria kurun waktu ini dipilih guna melihat perkembangan subsektor industri kreatif tersebut sejak rintisan Solo Kota Kreatif pada tahun 2014, hingga diresmikan dan berlangsung di tahun 2015–2016. Selain itu kriteria ini juga didasari oleh pandangan umum komunitas di Solo tentang keaktifan sebuah kelompok. Sebagian besar subyek penelitian menyebutkan apa bila kelompok tidak berproduksi dalam dua tahun atau lebih maka dianggap tidak lagi aktif. Keterlibatan dalam pendistribusian karya di festival juga dijadikan tolak ukur. Bisa jadi mereka tidak memproduksi karya baru, namun berfokus pada pendistribusiannya ke berbagai festival. Mengingat pentingnya festival sebagai motivasi

kelompok produksi, pada kurun waktu tersebut dapat terlihat bagaimana pengaruh adanya FFS 2014 dan pasca FFS vakum tahun 2015 dan 2016, serta kemunculan FLS2N cabang Film Pendek untuk tingkat SMA pada 2014 hingga 2016.

2. Penyusunan inventarisasi calon narasumber dimulai dari daftar yang telah diperoleh sebelumnya. Data tersebut memuat berbagai jenis kelompok dari berbagai bidang kegiatan antara lain, kelompok produksi, apresiator dan kelompok studi. Dari data tersebut disaring kelompok-kelompok yang aktif berkegiatan di ranah produksi maupun memiliki program kerja produksi meskipun tidak hanya fokus di produksi seperti *kineclub*.
3. Penyusunan inventarisasi calon narasumber kemudian dikembangkan lagi dengan melihat data sekunder yang relevan. Sumber tersebut antara lain diperoleh dari jaringan pertemanan peneliti dengan pembuat konten audio visual. Khususnya dalam pendataan kelompok industri kreatif yang membuat produk audio visual sebagai karya pesanan.
4. Sejumlah 40 kelompok pembuat konten audio visual yang berhasil tercatat kemudian dihubungi satu persatu. Lebih dari separuh nama calon informan dari data tersebut tidak terpakai karena beberapa alasan: a. Nomor telepon atau alamat *email* sudah tidak aktif; b. Sudah pindah domisili di luar Kota Solo; c. Kelompok tersebut sudah tidak aktif dan atau kelompok tersebut berganti ranah kegiatan di luar produksi; d. Kelompok tersebut tidak bersedia diwawancarai.

5. Dari proses penyaringan tersebut, peneliti telah mewawancarai 16 kelompok terpilih. Sejumlah 4 kelompok tidak kami masukan sebagai data karena tidak memenuhi kriteria kelompok dengan alasan: a. Sejumlah dua kelompok berganti ranah kegiatan di luar produksi; b. Dua kelompok lainnya tidak lagi aktif sebagai kelompok. Akhirnya data yang kami sajikan mencakup 12 kelompok pembuat konten audio visual subsektor industri kreatif film, animasi dan video.

6. Meringkas pemaparan awal, langkah-langkah yang dilakukan peneliti adalah memastikan bahwa:

- a. Kelompok pembuat konten audio visual aktif berkegiatan pada 2014–2016.
- b. Kelompok tersebut masih berdomisili di Kota Solo.
- c. Kelompok pembuat konten audio visual dapat dihubungi dan bersedia diwawancarai untuk penelitian ini.

Proses pengumpulan data penelitian ini didapat dengan mewawancarai 12 kelompok pembuat konten audio visual di Solo dengan menggunakan alat bantu kuesioner sebagai instrumen yang sudah dirancang dan diuji sebelumnya. Referensi yang digunakan sebagai rujukan dalam penyusunan kuesioner diperoleh dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Cinema Poetica 2016 dan Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015. Wawancara direkam dan jawaban informan dicatat pada kuesioner dan catatan khusus terpisah. Ini menjamin bahwa keterangan dalam rekaman dituliskan dengan tepat karena penulisnya adalah pewawancara sendiri.



## **B. Profil Masing- masing Kelompok Pembuat Konten Audio Visual di Solo**

Subyek penelitian ini mencakup 12 kelompok pembuat konten audio visual dengan sebaran wilayah domisili di Kota Solo. 12 kelompok tersebut memiliki karakter yang beragam dari segi kegiatan maupun jenis institusinya, diantaranya institusi pendidikan, rumah produksi profesional, dan kelompok-kelompok yang berjejaring. Pada proses pengambilan data, terlebih dahulu dipilih satu orang anggota di tiap kelompok sebagai informan yang mengetahui perihal profil kelompok, permasalahan kelompok di bidang pendanaan dan perekrutan kru produksinya. Sebelum wawancara dimulai, para informan diminta menandatangani lembar persetujuan yang menjelaskan maksud dan tujuan penelitian. Informan bebas untuk menolak, berhenti di tengah-tengah atau menarik jawaban yang diberikan. Jawaban tersebut nantinya tidak akan digunakan sebagai bahan analisis.

Data awal yang diperoleh dari informan berupa profil informan, gambaran umum kelompok yang diwakilinya, jumlah karya yang telah dihasilkan serta prestasi-prestasinya sepanjang tahun 2014–2016. Karya–karya film, animasi dan video yang dikompetisikan dengan sistem seleksi tertentu maupun didistribusikan ke pemutaran non kompetisi, namun tidak lolos seleksi tidak dicantumkan dalam kolom prestasi. Berikut adalah hasil pengumpulan data profil masing-masing kelompok, diurutkan sesuai tanggal konfirmasi kesediaannya untuk diwawancara:

## 1. Ekstrakurikuler Multimedia SMA ISLAM DIPONEGORO



Gambar 3. Tim inti Ekstrakurikuler Multimedia SMA ISLAM DIPONEGORO mewakili Surakarta dalam FLS2N di tingkat Provinsi Jawa Tengah 2016  
Sumber: Amalia Safitri, 2016

Tabel 1. Profil Ekstrakurikuler Multimedia SMA ISLAM DIPONEGORO

<b>Profil informan</b>	
Nama	Amalia Safitri
Umur	27
Jenis kelamin	Perempuan
Pendidikan terakhir	S1
Profesi	Guru
Posisi dalam kelompok	Pembina Ekstrakurikuler
No. Telp / HP	085647107161
<b>Profil Kelompok</b>	
Alamat	Jl. Serayu VIII No. 2, Semanggi, Pasar Kliwon, Surakarta.
Tautan Media	
website atau blog	<a href="http://www.ypid.or.id">www.ypid.or.id</a>

Youtube		YPID DIPONEGORO				
Tahun berdiri		Awalnya berdiri guna persiapan dan penjangkaran bakat siswi dalam seleksi FLS2N cabang film pendek pada tahun 2013–2014. Setelah berhasil memenangkan FLS2N ditingkat kota di tahun ajaran 2014–2015, kelompok ini dikukuhkan oleh Yayasan Diponegoro sebagai ekstrakurikuler baru. Selain sebagai wadah pelatihan SDM siswi di bidang film, kelompok ini juga aktif memproduksi profil dan kebutuhan materi publikasi audio visual Yayasan Diponegoro.				
Jumlah anggota		20 orang				
Jenis institusi kelompok		Institusi Pendidikan				
Jenis kegiatan kelompok		Produksi, Pemutaran				
Bentuk badan hukum		Di bawah Yayasan				
Jumlah Karya 2014–2016						
Tahun	Film		Animasi	Video		
Produksi	Fiksi	Dokumenter		Videoklip	Iklan	Video Profil
2014	3	2				1
2015	3	3		1		3
2016	4	5		7	1	1
Prestasi Kelompok 2014–2016						
No.	Judul	Prestasi				Tahun
1.	Wanita	Juara 1 Festival Lomba Seni Siswa Nasional (FLS2N) Tingkat Kota Solo.				2015
2.	Art for Heart	Peringkat 10 Besar FLS2N Tingkat Provinsi Jawa Tengah.				2015
3.	Untuk Kita	Juara 1 FLS2N Tingkat Kota Solo.				2016

## 2. *Kineclub* Universitas Negeri Sebelas Maret (UNS)



Gambar 4. Pelatihan dan pelantikan anggota baru *Kineclub* FISIP UNS 2016

Sumber: ([https://www.instagram.com/p/BMgmkAgC\\_k/](https://www.instagram.com/p/BMgmkAgC_k/), 2016)

Tabel 2. Profil *Kineclub* Universitas Negeri Sebelas Maret (UNS)

<b>Profil informan</b>	
Nama	Halim Ro'is Al Asy Ari
Umur	20
Jenis kelamin	Laki-laki
Pendidikan terakhir	SMA
Profesi	Mahasiswa
Posisi dalam kelompok	Ketua UKM
No. Telp / HP	085741410654
Email	<a href="mailto:alasyari17@gmail.com">alasyari17@gmail.com</a>
<b>Profil Kelompok</b>	
Alamat	FISIP UNS
Tautan Media	
website atau blog	<a href="http://kineclubfisipuns.blogspot.co.id">kineclubfisipuns.blogspot.co.id</a>
twitter	@kineunssolo
facebook	Kine UNS Solo
instagram	@kineunssolo
Youtube	Kine



Tahun berdiri	Terbentuk sejak tahun 1988, mulanya digagas sebagai wadah peningkatan kemampuan mahasiswa Jurusan Komunikasi di bidang audio visual. Meskipun kedudukannya di bawah Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, namun sejak tahun 2004 kelompok ini membuka kesempatan bergabung bagi mahasiswa lintas jurusan dan fakultas.					
Jumlah anggota	60 orang					
Jenis institusi kelompok	Institusi Pendidikan					
Jenis kegiatan kelompok	Produksi, Apresiasi, Pemutaran, Pelatihan					
Bentuk badan hukum	Di bawah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNS					
Jumlah Karya 2014–2016						
Tahun Produksi	Film		Animasi	Video		
	Fiksi	Dokumenter		Videoklip	Iklan	Video Profil
2014	4			1		
2015	4			3		
2016	5			2		
Prestasi Kelompok 2014–2016						
No.	Judul	Prestasi				Tahun
1	Tikam	Nominasi Festival Nobar Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) Pemutaran di Universitas Diponegoro (UNDIP).				2015
2	Titen	Juara 1 Lomba film fiksi Ajisaka di Universitas Gadjah Mada (UGM). Pemutaran di Institut Teknologi Bandung (ITB) dan Ganesha Film Festival UGM.				2014
3	The One and Only	Lolos seleksi pemutaran di Sewon <i>screening</i> dan distribusi ke Universitas Brawijaya.				2016
4	Rintik	Lolos seleksi pemutaran di Sewon <i>screening</i> dan distribusi ke Universitas Brawijaya.				2016



### 3. Bengkel Film



Gambar 5. Rapat produksi Bengkel Film  
Sumber: Dewi Novitasari, 2015

Tabel 3. Profil Bengkel Film

Profil informan	
Nama	Dewi Novitasari
Umur	26
Jenis kelamin	Perempuan
Pendidikan terakhir	S1
Profesi	<i>Film maker</i>
Posisi dalam kelompok	<i>Line producer</i>
No. Telp / HP	085749025535
Email	<a href="mailto:dewibrown17@gmail.com">dewibrown17@gmail.com</a>
Profil Kelompok	
Alamat	Kampus 2 ISI Ska
Tautan Media	Belum punya, karena belum adanya persiapan materi publikasi. Dirasa belum cukup penting untuk saat ini.

Tahun berdiri	Berdiri sejak 2005 sebagai wadah berkegiatan mahasiswa prodi televisi dan film ISI Surakarta. Sempat vakum dan aktif kembali pada 2010 berfokus pada edukasi ( <i>workshop</i> produksi) dan pemutaran intern kampus. Sejak tahun 2013 keluar dari organisasi kampus, berfokus pada bidang kelompok produksi.					
Jumlah anggota	5 Orang					
Jenis institusi kelompok	Institusi Pendidikan -> Jaringan Pertemanan					
Jenis kegiatan kelompok	Produksi dan Pelatihan					
Bentuk badan hukum	Sedang dalam proses perizinan badan usaha PT.					
Jumlah Karya 2014–2016						
Tahun Produksi	Film		Animasi	Video		
	Fiksi	Dokumenter		Videoklip	Iklan	Video Profil
2014	1					
2015						
2016	1	2			1	1
Prestasi Kelompok 2014–2016						
No.	Judul	Prestasi				Tahun
1.	Kau dan Aku	Official selection Master Class Festival Film Dokumenter (FFD) Yogyakarta.				2016
2.	Video Profil Akademi Kepolisian (AKPOL) Indonesia	Lolos seleksi tender pembuatan video profil Akademi Kepolisian (AKPOL) Indonesia.				2016

#### 4. Ekstrakurikuler Foto dan Video SMA N 7 Surakarta



Gambar 6. Pengurus dan anggota Ekstrakurikuler Foto dan Video SMA N 7 Surakarta  
Sumber: Putut Armunanto, 2016

Tabel 4. Profil Ekstrakurikuler Foto dan Video SMA N 7 Surakarta

<b>Profil informan</b>	
Nama	Putut Armunanto
Umur	52
Jenis kelamin	Laki-laki
Pendidikan terakhir	S1
Profesi	Guru
Posisi dalam kelompok	Pembina OSIS dan Ekstrakurikuler
No. Telp / HP	085865214667
<b>Profil Kelompok</b>	
Alamat	Jl. Mr. Mohammad Yamin no. 79, Tipes, Surakarta
Tautan Media	
website atau blog	<a href="http://www.sman7-slo.sch.id">www.sman7-slo.sch.id</a>

Tahun berdiri	Tahun 2010 berdiri sebagai ekstrakurikuler fotografi, namun secara administratif belum terdaftar sebagai Ekstrakurikuler resmi SMA 7 sehingga kegiatannya sempat vakum. Di tahun ajaran 2013–2014 kembali aktif guna persiapan dan penjaringan siswa-siswi dalam seleksi FLS2N cabang film. Kegiatan perfilman di SMA 7 juga terbentuk melalui tugas-tugas video yang terintegrasi dengan pelajaran Bahasa Indonesia.					
Jumlah anggota	32 orang					
Jenis institusi kelompok	Institusi Pendidikan					
Jenis kegiatan kelompok	Produksi					
Bentuk badan hukum	Di bawah lembaga SMA					
Jumlah Karya 2014–2016						
Tahun	Film		Animasi	Video		
Produksi	Fiksi	Dokumenter		Videoklip	Iklan	Video Profil
2014	2	1				
2015	3	2				
2016	3	1		1	1	



## 5. Ekstrakurikuler Broadcast SMA BATIK 1



Gambar 7. Anggota kelompok Broadcast SMA Batik 1 bersama narasumber, se usai produksi *talkshow* di studio multimedia

Sumber: (<https://www.instagram.com/p/BHzuHYVjzQH/>, 2016)

Tabel 5. Profil Broadcast SMA Batik 1

<b>Profil informan</b>	
Nama	Yunan
Umur	29
Jenis kelamin	Laki-laki
Pendidikan terakhir	S1
Profesi	Guru
Posisi dalam kelompok	Pembina Ekstrakurikuler dan Pimpinan Lab. Multimedia
No. Telp / HP	08132912057
<b>Profil Kelompok</b>	
Alamat	Jl. Slamet Riyadi, Pajang, Laweyan, Surakarta
Tautan Medi	
website atau blog	<a href="http://broadcastsmaba1.wordpress.com">broadcastsmaba1.wordpress.com</a>
instagram	Broadcast_smabasa



Tahun berdiri	Awalnya berdiri guna mewadahi minat dan bakat siswa di bidang fotografi dan videografi sekitar tahun 2000. pada 2010–2011 berkembang menjadi Ekstrakurikuler Broadcasting. Sejak FLS2N cabang Film Pendek pada tahun ajaran 2013–2014 kelompok ini aktif mengikuti perlombaan film pelajar. 2015–2016 lalu dipercaya Dinas Pendidikan untuk memproduksi video pembelajaran sebagai bahan ajar nasional.					
Jumlah anggota	± 40 orang					
Jenis institusi kelompok	Institusi Pendidikan					
Jenis kegiatan kelompok	Produksi					
Bentuk badan hukum	Di bawah lembaga SMA					
Jumlah Karya 2014–2016						
Tahun Produksi	Film		Animasi	Video		
	Fiksi	Dokumenter		Videoklip	Iklan	Video Profil
2014	4				1	1
2015	4	1		1	1	1
2016	6	1		1	1	1
Prestasi Kelompok 2014–2016						
No.	Judul	Prestasi				Tahun
1.	Menggapai Impian	Juara 2 Festival Lomba Seni Siswa Nasional (FLS2N) Tingkat Kota Solo.				2014
2.	Dokumenter Terminal Tirtonadi	Juara 3 Festival Lomba Seni Siswa Nasional (FLS2N) Tingkat Kota Solo.				2015
3.	Video Pembelajaran Fisika Praktikum 1 dan 2	Terpilih sebagai salah satu pembuat video pembelajaran nasional.				2016

## 6. Liar-liar Film



Gambar 8. Tim produksi dokumenter Liar-liar Film bersama narasumber  
Sumber: A. Syahbani Nasution, 2016

Tabel 6. Profil Liar-liar Film

<b>Profil informan</b>	
Nama	A. Syahbani Nasution
Umur	28
Jenis kelamin	Laki-laki
Pendidikan terakhir	S1
Profesi	<i>Film maker</i>
Posisi dalam kelompok	<i>Founder, sutradara, producer, editor, script writer</i>
No. Telp / HP	08995280462
Email	<a href="mailto:liarliarsolo@gmail.com">liarliarsolo@gmail.com</a>
<b>Profil Kelompok</b>	
Alamat	Sananwetan, No. 20, RT 01/02. Laweyan, Solo, Jawa Tengah

Tautan Media						
twitter	@baninasution					
facebook	@baninasution					
instagram	@baninasution					
Youtube	Bani Nasution					
Tahun berdiri	Dibentuk sejak tahun 2011 berdasarkan inisiatif <i>founder</i> guna mengikuti FFS. Anggotanya terdiri dari jaringan pertemanan kampus ISI Surakarta dan remaja kampung batik Laweyan. Setelah terbentuk, kelompok ini aktif memproduksi film fiksi guna membidik festival.					
Jumlah anggota	2 Orang					
Jenis institusi kelompok	Jaringan / Pertemanan					
Jenis kegiatan kelompok	Produksi					
Bentuk badan hukum	Belum berbadan hukum					
Jumlah Karya 2014–2016						
Tahun	Film		Animasi	Video		
Produksi	Fiksi	Dokumenter		Videoklip	Iklan	Video Profil
2014	1					
2015						
2016		1				
Prestasi Kelompok 2014–2016						
No.	Judul		Prestasi			Tahun
1.	Sepanjang Jalan Satu Arah		Finalis Festival Film Dokumenter (FFD) Yogyakarta.			2016

## 7. Segi Empat Film



Gambar 9. Tim produksi Segi Empat  
Sumber: Lusida Dewi Yanti, 2014

Tabel 7. Profil Segi Empat

Profil informan	
Nama	Lusida Dewi Yanti
Umur	27
Jenis kelamin	Perempuan
Pendidikan terakhir	SMA
Profesi	Mahasiswa
Posisi dalam kelompok	<i>Producer</i>
No. Telp / HP	082225202552
Email	<a href="mailto:segiempatfim@gmail.com">segiempatfim@gmail.com</a>
Profil Kelompok	
Alamat	Wisma Pucangsawit, Solo

Tautan Media	Sempat membuat beberapa media jejaring sosial, namun sudah tidak aktif karena dinilai kurang efektif.					
Tahun berdiri	Mulanya dibentuk guna memenuhi tawaran kerjasama dengan LSM di Jogja dan program DPR RI sebagai fasilitator pembuatan video partisipatif di Ungaran. Dari proyek (2010-2013) tersebut muncul kesadaran untuk berdiri sebagai kelompok produksi film yang fokus pada pendidikan. Ragam kegiatannya meliputi <i>workshop</i> , produksi kolaborasi antar kampus dan pengerjaan proyek film, video pesanan. Sejak tahun 2014 kelompok beralih ke kelompok produksi profesional.					
Jumlah anggota	4 Orang					
Jenis institusi kelompok	Jaringan Pertemanan -> Profesional					
Jenis kegiatan kelompok	Produksi dan Pelatihan/ Edukasi					
Bentuk badan hukum	Belum berbadan hukum					
Jumlah Karya 2014–2016						
Tahun Produksi	Film		Animasi	Video		
	Fiksi	Dokumenter		Videoklip	Iklan	Video Profil
2014	1					1
2015						
2016	1					



## 8. Medang Kamulan Pictures



Gambar 10. Tim produksi Medang Kamulan Pictures bersama pemain  
Tauhid Dalam Hati  
Sumber: Tiffany Marantika Dewi, 2012

Tabel 8. Profil Medang Kamulan

Profil informan	
Nama	Zen Al Ansory
Umur	28
Jenis kelamin	Laki-laki
Pendidikan terakhir	S1
Profesi	Film maker
Posisi dalam kelompok	<i>Founder, Creatif director, Script writer</i>
No. Telp / HP	082225847790
Email	<a href="mailto:zenal.ansory@gmail.com">zenal.ansory@gmail.com</a>
Profil Kelompok	
Alamat	Jl. Gurawa RT 2/ RW 9
Tautan Media	
instagram	Medang Kamulan Pictures
Youtube	Medang Kamulan Pictures

Tahun berdiri	Mulanya didirikan di tahun 2012 berdasarkan inisiatif <i>founder</i> guna membentuk tim produksi film layar lebar untuk kebutuhan tugas akhir sekaligus mencoba industri profesional. Dengan menerapkan sistem kerja kru mendekati profesional, film pertamanya berhasil di distribusikan ke bioskop. Kelompok ini juga aktif dalam mengikuti festival dan <i>pitching program</i> .					
Jumlah anggota	3 Orang					
Jenis komunitas	Profesional					
Jenis institusi kelompok	Produksi, Distribusi					
Jenis kegiatan kelompok	CV					
Jumlah Karya 2014–2016						
Tahun Produksi	Film		Animasi	Video		
	Fiksi	Dokumenter		Videoklip	Iklan	Video Profil
2014	1			3	1	
2015	1			4	1	
2016	1	2		3	2	2
Prestasi Kelompok 2014–2016						
No.	Judul	Prestasi				Tahun
1.	Kunjungan spesial	Official selection Jogja-NETPAC Asian Fim Festival (JAFF) 2015.				2015
2.	Kunjungan spesial	Official selection Singapore International Film Festival (SGIFF).				2015
3.	Daun Pintu	Script development British Council for feature film.				2016

## 9. Gading Video Production



Gambar 11. Tim produksi Gading Video Production dan Mammoth Photography  
Sumber: Mammoth Photography, 2016

Tabel 9. Profil Gading Video Production

<b>Profil informan</b>	
Nama	Teguh Pramono
Umur	33
Jenis kelamin	Laki-laki
Pendidikan terakhir	D3
Profesi	<i>Videographer</i>
Posisi dalam kelompok	<i>Director, Camera person</i>
No. Telp / HP	081802552000
Email	<a href="mailto:monotblack@mammoth.co.id">monotblack@mammoth.co.id</a>
<b>Profil Kelompok</b>	
Alamat	Jl. Imam Bonjol No.12, Keprabon, Solo
Tautan Media	
website atau blog	<a href="http://www.mammoth.co.id">www.mammoth.co.id</a>

twitter	@mammoth_photo				
facebook	Mammoth Photography				
instagram	Mammoth Photography				
Youtube	Gading Video Production				
Tahun berdiri	Didirikan sejak 2010 sebagai anak perusahaan dari Mammoth Photography dengan nama Cube Video, di tahun 2013 berganti nama Gading Video Production. Mulanya berdiri karena banyaknya permintaan pelanggan Mammoth Photography guna penyediaan paket video. Dari awal berdiri hingga 2014 belum memiliki anggota tetap, melainkan mempekerjakan pegawai <i>freelance</i> .				
Jumlah anggota	3 Orang				
Jenis institusi kelompok	Profesional				
Jenis kegiatan kelompok	Produksi				
Bentuk badan hukum	CV				
Jumlah Karya 2014–2016					
Tahun Produksi	Film FiksiDokumenter	Animasi	Video VideoklipIklanVideo Profil		
2014			13		3
2015			36		2
2016			38		
Prestasi Kelompok 2014–2016					
No.	Judul	Prestasi			Tahun
1.	Profil Angkasa Pura	Lolos seleksi tender pembuatan 2 video profil Badan Usaha Milik Negara (BUMN), PT Angkasa Pura II (Persero).			2015



## 10. Royal Cinema



Gambar 12. Tim produksi Royal Cinema  
Sumber: Nugroho Adi S., 2016

Tabel 10. Profil Royal Cinema

Profil informan	
Nama	Ferry Setiawan
Umur	30
Jenis kelamin	Laki-laki
Pendidikan terakhir	S1
Profesi	<i>Photographer</i>
Posisi dalam kelompok	Owner
No. Telp / HP	(0271) 645476
Email	<a href="mailto:royal.photography.solo@gmail.com">royal.photography.solo@gmail.com</a>
Profil Kelompok	
Alamat	Jl. Gatot Subroto No. 261
Tautan Media	
website atau blog	
twitter	
facebook	Royal_Photo_Video



instagram	Royalphotograph					
Youtube	Royal Cinema					
Tahun berdiri	Sudah mulai memproduksi sejak awal tahun 2000. Resmi didirikan pada tahun 2003 sebagai perluasan usaha dari Percetakan Master dengan nama Master Video Production. Di tahun 2015 berganti nama menjadi Royal Cinema berdampingan dengan Royal Photography. Mulanya berdiri karena banyaknya permintaan pelanggan Percetakan Master guna penyediaan paket video. Dari awal berdiri, pemilik bekerja dengan 1 tenaga marketing dan 2 pegawai produksi tetap dan sejumlah tenaga <i>freelance</i> .					
Jumlah anggota	3 Orang					
Jenis institusi kelompok	Profesional					
Jenis kegiatan kelompok	Produksi					
Bentuk badan hukum	CV					
Jumlah Karya 2014–2016						
Tahun	Film		Animasi	Video		
Produksi	Fiksi	Dokumenter		Videoklip	Iklan	Video Profil
2014				27		1
2015				31		1
2016				48		2

## 11. *Kineclub* Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS)



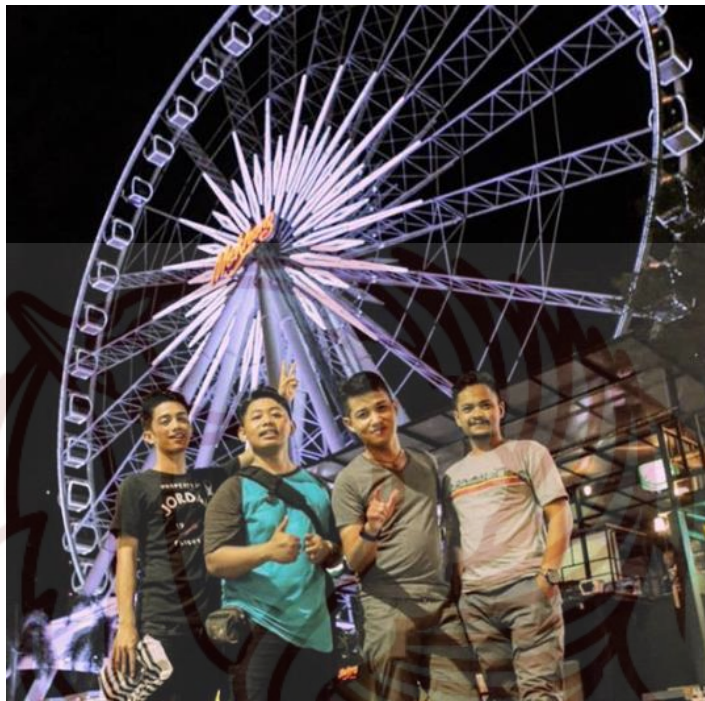
Gambar 13. Pelantikan anggota baru *Kineclub* UMS 2017  
Sumber: Nurul Afifah, 2017

Tabel 11. Profil *Kineclub* UMS

Profil informan	
Nama	Nurul Afifah
Umur	20
Jenis kelamin	Perempuan
Pendidikan terakhir	SMA
Profesi	Mahasiswa
Posisi dalam kelompok	Humas
No. Telp / HP	082243333885
Email	<a href="mailto:nurulafifah457@gmail.com">nurulafifah457@gmail.com</a>
Profil Kelompok	
Alamat	Gedung J. LT 3, UMS
Tautan Media	
facebook	Kineclub UMS

instagram	@kineclub_ums		
Youtube	Kineclub UMS		
Tahun berdiri	Mulanya digagas sebagai wadah penyaluran hobi dan peningkatan kemampuan mahasiswa Jurusan Komunikasi di bidang audio visual. Sempat lama vakum dan kembali aktif sejak tahun 2012. Meskipun kedudukannya di bawah Fakultas Ilmu Komunikasi, namun sejak 2016 Kineclub UMS memberikan kesempatan bergabung untuk mahasiswa lintas fakultas.		
Jumlah anggota	92 orang		
Jenis institusi kelompok	Institusi Pendidikan		
Jenis kegiatan kelompok	Produksi, Pelatihan, Pemutaran		
Bentuk badan hukum	Di bawah Fakultas Ilmu Komunikasi UMS		
Jumlah Karya 2014–2016			
<div>Tahun</div> <div>Produksi</div>	<div>Film</div> <div>Fiksi</div> <div>Dokumenter</div>	<div>Animasi</div>	<div>Video</div> <div>Videoklip</div> <div>Iklan</div> <div>Video Profil</div>
2014	4		1
2015	4		1
2016	4		1
Prestasi Kelompok 2014–2016			
No.	Judul	Prestasi	Tahun
1	Pengantin	Lolos seleksi Screening Film Kecil (SFK) Universitas Negeri Sebelas Maret (UNS).	2016
2	Dimensia	Lolos seleksi <i>screening</i> film Unit Seni dan Film (USF) Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS).	2014

## 12. Neo Video Work



Gambar 14. Tim produksi Neo Video Work  
Sumber: Yanuar Dwi Cahyanto, 2016

Tabel 12. Profil Neo Video Work

Profil informan	
Nama	Yanuar Dwi Cahyanto
Umur	25
Jenis kelamin	Laki-laki
Pendidikan terakhir	S1
Profesi	<i>Film maker</i>
Posisi dalam kelompok	<i>Coordinator, Director, Editor</i>
No. Telp / HP	085725493150
Email	<a href="mailto:janujonidoc@gmail.com">janujonidoc@gmail.com</a>
Profil Kelompok	
Alamat	Jl. Wirotamtomo No.7, Surakarta.
Tautan Media	



website atau blog	<a href="http://www.indovideoworks.com">www.indovideoworks.com</a>					
twitter	@neovideoworks					
instagram	@neovideoworks					
Youtube	Maxima					
Tahun berdiri	Didirikan sejak 2011 sebagai anak perusahaan dari Maxima Even Organizer. Semula hanya difungsikan sebagai tim produksi materi video publikasi Maxima, seperti profil perusahaan, <i>showreel</i> dsb. Atas inisiatif <i>owner</i> , kelompok ini berkembang menjadi penyedia jasa peliputan video dokumentasi berbagai acara <i>live</i> dan <i>clip cinematic</i> .					
Jumlah anggota	4 Orang					
Jenis institusi kelompok	Profesional					
Jenis kegiatan kelompok	Produksi					
Bentuk badan hukum	CV					
Jumlah Karya 2014–2016						
Tahun Produksi	Film		Animasi	Video		
	Fiksi	Dokumenter		Videoklip	Iklan	Video Profil
2014				57		1
2015				63		
2016				68	4	4



Sebagian besar dari informan adalah pemimpin kelompok yang berpengalaman sebagai produser dan sutradara. Rata-rata mereka berusia 28 tahun dengan rentang usia 20 hingga 52 tahun. Rata-rata berprofesi sebagai *film maker* dan pengajar. Sebagian besar dari mereka adalah laki-laki. Meskipun jarang menduduki posisi pemimpin, perempuan dalam kelompok pembuat konten audio visual di Solo cukup dipercaya sebagai produser dan pengelola manajerial kelompok. Selain sebagai pemimpin organisasi dan produksi, laki-laki banyak berperan dalam pengoprasian alat syuting seperti pada departemen kamera dan pascaproduksi. Anggota perempuan dalam kelompok lebih dominan menduduki posisi penulis naskah, humas dan perlengkapan artistik, *wardrobe* serta *talent*.

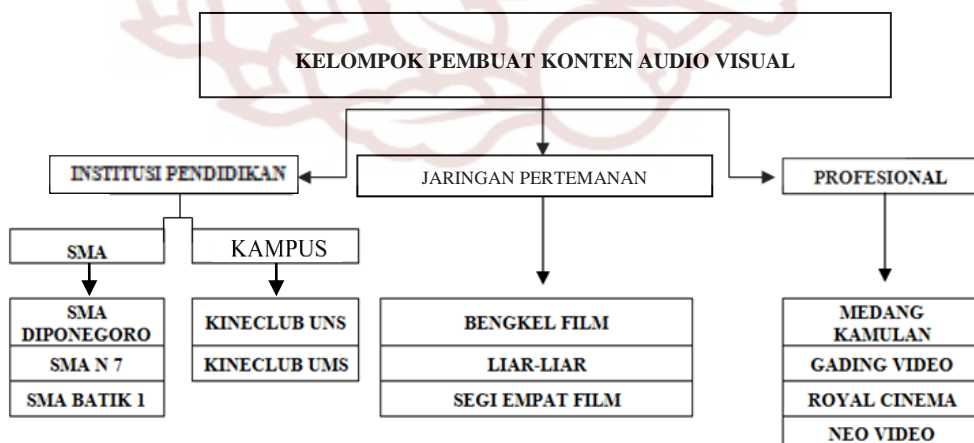
Dari segi pendidikan sebagian besar pemimpin kelompok adalah lulusan S1. Sedangkan kelompok terbesar berikutnya adalah lulusan SMA. Lulusan SMA tersebut adalah mereka yang telah lulus SMA dan sedang melanjutkan ke perguruan tinggi, bukan putus sekolah. Dunia perkuliahan baik Strata 1 maupun Diploma 3 menjadi pintu masuk mengenal orang dengan minat yang sama, untuk menggunakan alat-alat produksi film dan menguasai pengetahuan pembuatan film.<sup>21</sup> Jenis kelompok film institusi pendidikan baik berbentuk UKM maupun Ekstrakurikuler di SMA menjadi wadah peningkatan kualitas SDM dan penunjang kebutuhan alat produksi. Lebih jauh lagi, kelompok profesional di Solo mayoritas berasal dari jaringan institusi pendidikan.

---

<sup>21</sup>Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015. 2015 : 23

### C. Profil Kelompok Berdasarkan Jenis Institusinya

Industri kreatif subsektor film, animasi dan video di Solo sendiri tidak serta merta terbentuk begitu saja. Industri kreatif ini mulanya digerakan oleh kelompok pembuat konten audio visual dari jaringan pertemanan dan mereka yang terbentuk dari ekstrakurikuler di SMA dan UKM di kampus. Bahkan sejak tahun 1988 telah berdiri kelompok pembuat konten audio visual di salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Solo. Memiliki hobi dan visi yang sama, kelompok-kelompok pembuat konten audio visual dari institusi pendidikan ini mulai membentuk kelompok-kelompok baru dari jaringan pertemanan. Peran dua kelompok tersebut juga tidak kalah penting guna kaderisasi dan regenerasi kelompok pembuat konten audio visual di tingkat profesional. Untuk itu penelitian ini membagi subyeknya ke dalam 3 jenis kelompok berdasarkan institusinya: (1) Institusi pendidikan; (2) Jaringan pertemanan; (3) Profesional.



Gambar 15. Skema Pembagian Kelompok Pembuat Konten audio visual di Solo Berdasarkan jenis institusinya

Jenis kelompok pembuat konten audio visual pada institusi pendidikan sendiri dibagi dua yakni kelompok SMA dan kampus. Kelompok institusi pendidikan SMA terbentuk melalui kegiatan ekstra kurikuler. SMA/ SMK yang memproduksi film untuk tugas sekolah tidak termasuk dalam subyek penelitian. Sedangkan yang termasuk kelompok institusi pendidikan kampus dalam penelitian ini adalah mereka yang terbentuk sebagai Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM), kelompok dari Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) tidak termasuk dalam subyek penelitian. Jenis kelompok jaringan rata-rata terbentuk dari rekan satu kampus maupun alumnus dari insitusi pendidikan yang sama. Jenis kelompok pembuat konten audio visual tingkat profesional adalah mereka yang berbadan hukum formal baik berupa CV maupun PT.

#### **D. Tujuan Berdirinya Kelompok**

Dari segi usia terhitung sejak tahun berdirinya, sebenarnya keberadaan kelompok pembuat konten audio visual jenis institusi pendidikan, *kineclub* UNS sudah ada sejak tahun 1988 namun sempat lama vakum dan aktif kembali pada tahun 2004.<sup>22</sup> Maka kelompok pembuat konten audio visual profesional di Solo termasuk paling dewasa dibanding 2 jenis kelompok lain. Sejak tahun 2000–2003 telah berdiri kelompok di institusi profesional tersebut yang hingga kini hidup dan berkembang melalui industri kreatif subsektor film, animasi dan video.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>Hasil wawancara dengan Halim Ro'is Al Asy Ari, 20, Ketua *Kineclub* UNS periode 2016–2017, Solo, 28 April 2017

<sup>23</sup>Hasil wawancara dengan Ferry Setiawan, 30, *Owner* Royal Cinema, Solo, 10 April 2016

GRAFIK PERTUMBUHAN 12 KELOMPOK  
PEMBUAT KONTEN AUDIO VISUAL KOTA SOLO



Gambar 16. Grafik Pertumbuhan 12 Kelompok  
Pembuat Konten Audio Visual Solo

Grafik di atas menunjukkan puncak jumlah pertumbuhan kelompok pembuat konten audio visual di Solo terjadi pada tahun 2010, 2012 dan 2013 dengan jumlah pertumbuhan 3 kelompok baru di tahun-tahun tersebut. Kelompok di institusi pendidikan dan jenis jaringan pertemanan rata-rata berdiri pada tahun tersebut. Berikut alasan berdirinya kelompok pembuat konten audio visual di masing-masing institusinya:

### 1. Institusi Pendidikan

Kelompok pembuat konten audio visual institusi pendidikan di tingkat SMA umumnya didirikan guna mengasah kemampuan siswa-siswi di bidang tersebut dalam mempersiapkan anggotanya untuk perlombaan. Ekstrakurikuler Multimedia SMA ISLAM DIPONEGORO dan Ekstrakurikuler Foto dan Video SMA N 7 Surakarta semula dibentuk karena munculnya cabang lomba film pendek pada FLS2N tahun ajaran 2013–2014. Sekitar tahun 2000 SMA Batik 1 telah mendirikan

Ekstrakurikuler Fotografi dan Videografi yang kemudian berkembang menjadi Ekstrakurikuler Broadcasting pada tahun 2010–2011 dengan didukung pengadaan laboratorium multimedia dan studio siaran televisi. Sedangkan 2 kelompok pembuat konten audio visual institusi pendidikan di tingkat kampus, *kineclub* UNS dan UMS mulanya digagas oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi guna meningkatkan kemampuan anggotanya dalam bidang audio visual di luar mata kuliah yang sudah ada. Minat akan film, animasi dan video rupanya mendorong mahasiswa lintas jurusan untuk kemudian bergabung dalam unit kegiatan mahasiswa tersebut.

## **2. Jaringan Pertemanan**

Kelompok pembuat konten audio visual jenis institusi jaringan pertemanan mulanya terbentuk melalui latar belakang lingkungan yang sama, seperti lingkungan sekolah, jaringan alumni serta lingkungan tetangga. 2 dari 3 kelompok tersebut terbentuk melalui jaringan pertemanan di lingkungan kampus, sedangkan 1 kelompok lainnya terbentuk melalui jaringan pertemanan di lingkungan tempat tinggal yang sama. Memiliki visi yang sama serta keinginan untuk meningkatkan kapasitas produksi menjadi tujuan utama terciptanya kelompok pada institusi jaringan pertemanan.

Festival dan ajang-ajang kompetisi menjadi motivasi penggerak produksi kelompok ini. Dari temuan data dilapangan tercatat sejumlah nama kelompok jaringan pertemanan yang dibentuk khusus untuk



mengikuti festival tertentu, kemudian berganti nama dan jumlah anggotanya pada festival lainnya. Ada pula kelompok yang didirikan guna memenuhi permintaan karya pesanan (*project provide*) maupun proyek sosial bekerjasama dengan LSM dan lembaga pendidikan.

### **3. Profesional**

Kelompok pembuat konten audio visual profesional didirikan bertujuan untuk memenuhi permintaan masyarakat Solo akan jasa produksi audio visual. Kelompok-kelompok tersebut kini menjadi penggerak utama roda industri kreatif subsektor film, animasi dan video di Solo.

#### **D. Kegiatan Kelompok**

Sama-sama bergerak di subsektor industri kreatif film, animasi dan video, kelompok-kelompok tersebut memiliki beragam kegiatan yang berbeda. Kegiatan tersebutlah yang kemudian membangun industri kreatif ini menjadi komoditi di Solo. Jadi kelompok-kelompok inilah yang menciptakan unsur-unsur pembuatan konten audio visual mulai dari mencari hibah pendanaan, pelatihan keterampilan pembuatan film, pemutaran untuk khalayak, hingga media kritik dan penilaian.<sup>24</sup> Sebagai sebuah industri kreatif, film, animasi dan video digerakkan oleh para kelompok industri melalui beberapa bidang kegiatan meliputi produksi, distribusi dan pemutaran (ekshibisi), diskusi dan pengkajian (apresiasi), pelatihan seperti *workshop* serta pengarsipan. Dalam penelitian serupa, Cinema Poetica memetakan

---

<sup>24</sup>Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015. 2015 : 3

peserta Temu Komunitas Film Indonesia 2016 dibagi ke dalam 4 jenis kelompok berdasarkan kegiatannya: 1. Produksi; 2. Pemutaran; 3. Arsip; 4. Kajian.

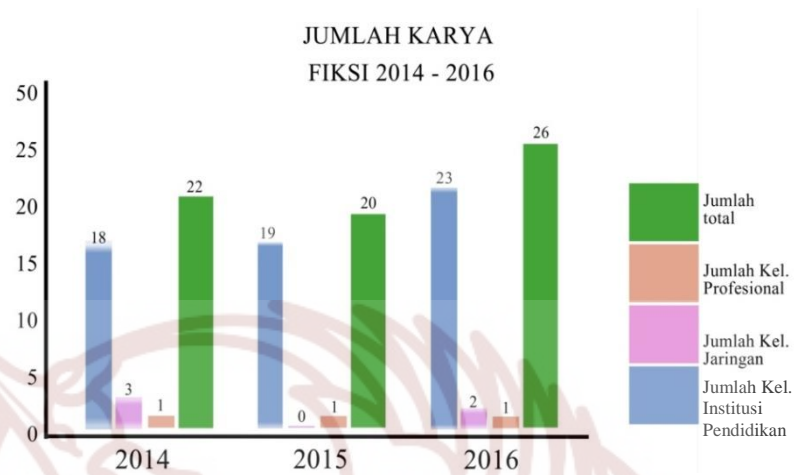
Hasil temuan di lapangan, sebagian besar kelompok berfokus pada satu cabang tertentu, namun ada pula yang bergerak dalam beberapa cabang kegiatan. Kelompok institusi pendidikan khususnya, selain memproduksi juga melakukan kegiatan pelatihan, apresiasi dan ekshibisi. Sedangkan kelompok produksi, selain memproduksi karyanya juga turut mendistribusikannya ke berbagai kanal, baik *online* maupun *offline*. Pembuatan konten audio visual berupa film, animasi dan video sebagai Industri kreatif di Solo mayoritas digerakan oleh para kelompok di bidang produksi. Untuk itu, dari 4 jenis kelompok tersebut penelitian ini berfokus pada kelompok produksi saja.

## **1. Kegiatan Produksi**

### **a. Jenis Karya**

Ragam karya yang dihasilkan oleh kelompok pembuat konten audio visual subsektor industri kreatif film, animasi dan video di Solo dibagi menjadi 6 macam berdasarkan jenis karyanya, yaitu: Film: (1) Fiksi, (2) Dokumenter; (3) Animasi; Video: (4) Videoklip, (5) Iklan, (6) Video Profil. Dalam memproduksi karyanya, masing-masing kelompok memiliki porsi yang berbeda-beda, baik secara jumlah maupun jenis karya yang dipasihkan. Berikut ini jumlah karya kelompok pembuat konten audio visual Solo yang dihasilkan pada kurun waktu 2014–2016 dibagi berdasarkan jenisnya.

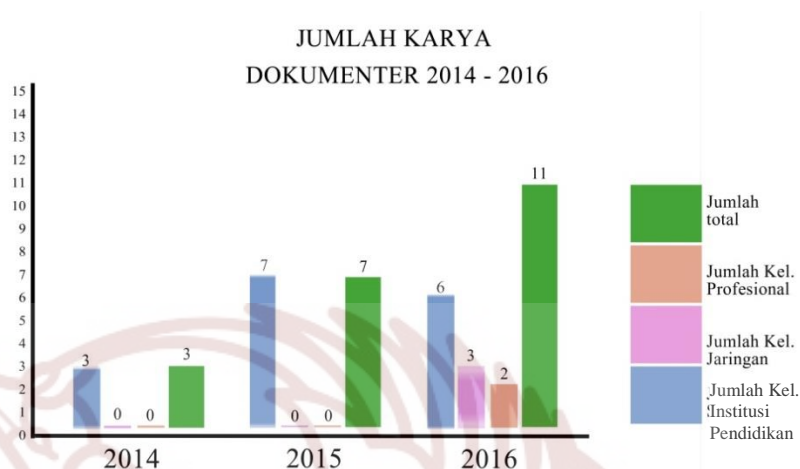
## 1) Fiksi



Gambar 17. Bagan perbandingan jumlah karya film fiksi kelompok pembuat konten audio visual di Solo tahun 2014–2016

Bagan di atas menunjukkan bahwa jumlah porsi film jenis fiksi didominasi oleh kelompok pembuat konten audio visual dari institusi pendidikan. Meski jumlahnya terkesan sedikit, namun jenis kelompok institusi jaringan dan profesional memproduksi film fiksinya dalam satu kelompok, berbeda dengan kelompok sekolah yang tiap satu kelompok bisa memproduksi 3–5 film secara bersamaan dengan membagi jumlah anggotanya ke dalam kelompok-kelompok kecil. Namun jumlah tersebut rata-rata menurun pada tahun 2015. Salah satu kelompok film jaringan, Segi Empat Film memilih tidak memproduksi karena vakumnya FFS di tahun 2015. Sedangkan kelompok lain mendistribusikan filmnya ke festival luar daerah, salah satunya Liar-liar film yang memilih membuat jenis film dokumenter untuk membidik festival lain.

## 2) Dokumenter



Gambar 18. Bagan perbandingan jumlah karya film dokumenter kelompok pembuat konten audio visual di Solo tahun 2014–2016

Dari bagan di atas terlihat bahwa jumlah porsi film jenis dokumenter juga didominasi oleh kelompok pembuat konten audio visual dari institusi pendidikan. Jumlah film dokumenter tersebut secara grafik cenderung meningkat tiap tahunnya. Bahkan pada tahun 2016 kelompok produksi jenis institusi jaringan pertemanan dan profesional juga ikut memproduksi dokumenter.

## 3) Animasi

Dibandingkan karya film dan video, di Solo jenis karya animasi masih belum begitu banyak diproduksi. Hal ini dikarenakan masih sedikitnya SDM yang ahli di bidang subsektor tersebut. Selain itu, dari segi penyediaan peralatan dibutuhkan spesifikasi tertentu guna menunjang produksi karya animasi.

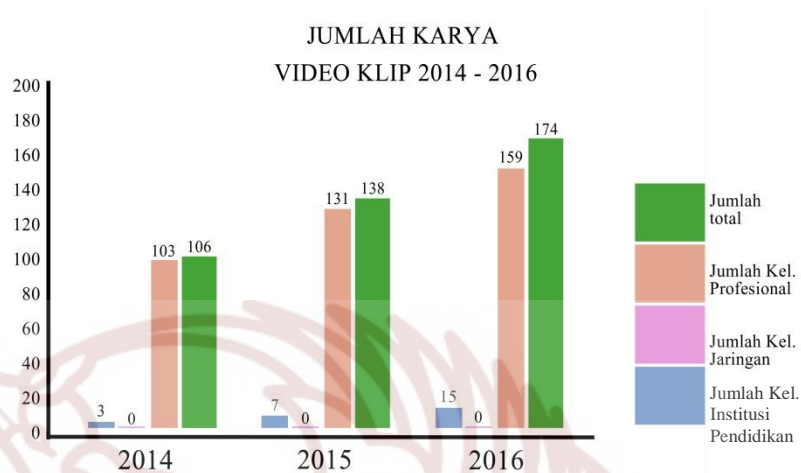


Gambar 19. Poster karya animasi *1001 CANDI* produksi Bengkel Film  
Sumber: Bengkel Film, 2016

Dari hasil penelitian di lapangan, terdapat 1 kelompok produksi jenis institusi jaringan pertemanan, Bengkel Film yang memproduksi karya animasi. Pada tahun 2016 tercatat 1 karya serial animasi berjudul *1001 CANDI, BIG STONE*. Selain berbentuk karya animasi utuh, Bengkel Film juga menerapkan teknik produksi animasi dikombinasikan dalam tahap *post* produksi video profil AKPOL 2016 dan film fiksi berjudul *Thole* yang akan dirilis pada tahun 2017.



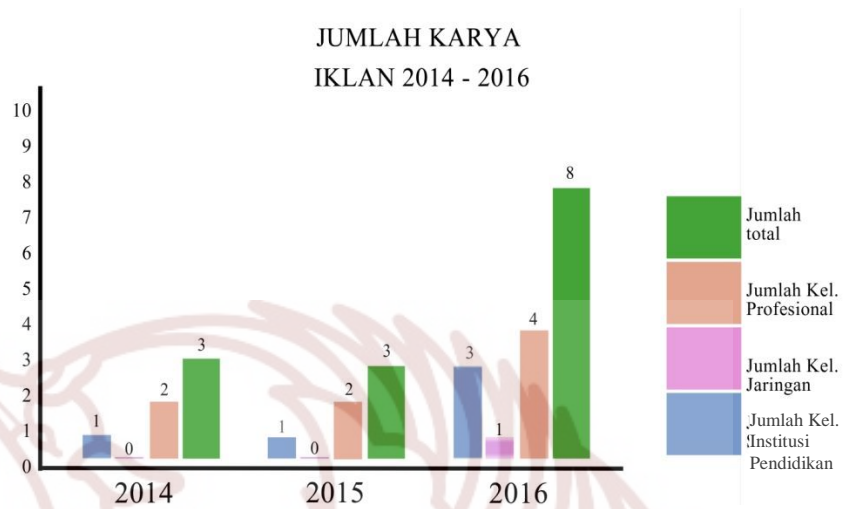
#### 4) Videoklip



Gambar 20. Bagan perbandingan jumlah karya Videoklip kelompok pembuat konten audio visual di Solo tahun 2014–2016

Karya videoklip produksi kelompok pembuat konten audio visual Solo meliputi videoklip *wedding*, klip musik dan dokumentasi *event* tertentu. Berbeda dengan jenis karya sebelumnya, bila film fiksi dan dokumenter rata-rata lebih banyak diproduksi oleh kelompok film sekolah, karya videoklip menjadi target market utama bagi kelompok profesional. Dari bagan di atas terlihat bahwa permintaan akan karya videoklip khususnya *wedding* terus meningkat tiap tahunnya, bahkan di tahun 2016 mencapai total jumlah 174 video yang telah diproduksi. Sebagai industri kreatif di Solo, jasa produksi videoklip dinilai paling potensial.

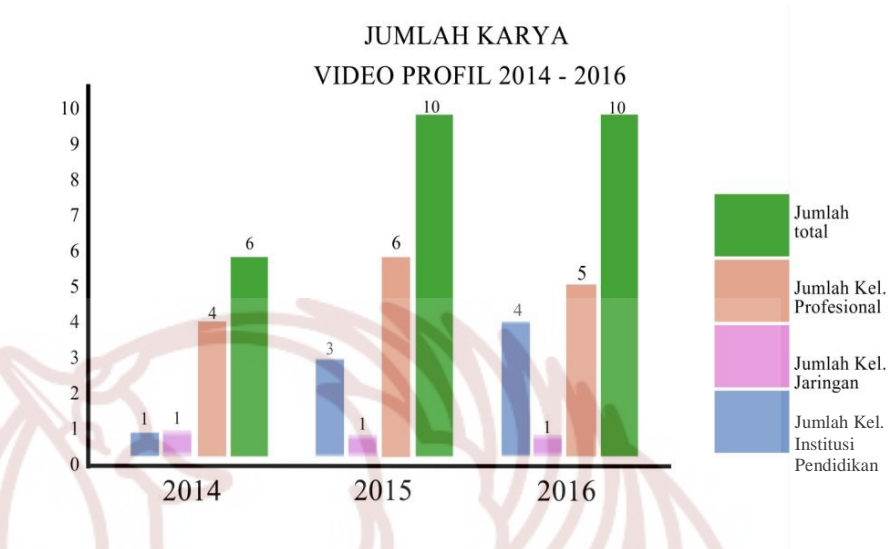
## 5) Iklan



Gambar 21. Bagan perbandingan jumlah karya iklan kelompok pembuat konten audio visual di Solo tahun 2014–2016

Karya iklan yang diproduksi rata-rata adalah pesanan dari pihak ketiga. Untuk itu jumlah karyanya lebih didominasi oleh kelompok pembuat konten audio visual di tingkat institusi profesional. Dari bagan di atas terlihat bahwa permintaan karya iklan pada 2014–2015 cenderung stabil, namun masih berada di angka produksi kecil. Sedangkan pada tahun 2016 permintaan kelompok baik di setiap jenis institusinya meningkat. Bahkan kelompok jaringan pertemananpun juga ikut memproduksi iklan.

## 6) Video Profil



Gambar 22. Bagan perbandingan jumlah karya video profil kelompok pembuat konten audio visual di Solo tahun 2014–2016

Karya video profil produksi kelompok pembuat konten audio visual di tingkat institusi pendidikan rata-rata merupakan *company profile* dari institusi pendidikan yang menaunginya. Sedangkan kelompok produksi jaringan pertemanan dan profesional bersaing menawarkan jasanya kepada calon pemesan, serta mengikuti tender bahkan hingga di tingkat nasional. Karya-karya tersebut diantaranya berupa profil Angkatan Kepolisian (AKPOL) Indonesia dan profil PT. Angkasa Pura II, BUMN penyedia jasa pelayanan kebandarudaraan di wilayah Indonesia Barat.

## **b. Alat produksi dan penyediaanya**

Penyediaan alat merupakan hal utama dalam proses produksi. Masing-masing kelompok memiliki karakter dan cara yang berbeda dalam penyediaan peralatan produksinya, tergantung pada jenis institusinya. Berikut kebutuhan dan cara penyediaan alat di masing-masing institusi:

### **1) Kebutuhan dan penyediaan alat jenis kelompok institusi pendidikan**

Tabel 13. Daftar kebutuhan dan penyediaan alat jenis kelompok pembuat konten audio visual institusi pendidikan

Nama Alat	Jenis kepemilikan		
	Milik Kelompok	Milik Anggota	Sewa di
Canon 7D	V	V	
Canon 60D	V	V	
Canon 600D	V	V	
Canon 700D		V	
Nicon D 7000		V	
Lensa fix, wide, tele	V	V	Titik Fokus
H6N	V		
H4N	V	V	
Tripod, monopod	V	V	
Slider	V		
Camera MD10000	V		
Sony PXW70	V		
Clip on	V		
Rode Microphone	V	V	
Boom Mic	V		
Komputer Editing	V	V	
Switcher	V		

Jenis kelompok produksi di institusi pendidikan cenderung memanfaatkan alat-alat yang telah disediakan oleh pihak institusi pendidikan terkait, selain itu tiap-tiap anggota kelompok rata-rata memiliki alat pribadi dengan spesifikasi yang beragam. Dalam proses produksinya kelompok ini membagi anggotanya ke dalam beberapa kelompok. Masing-masing anggota kelompok bertanggungjawab atas penyediaan alatnya. Mengingat jumlah anggotanya yang tergolong banyak, kelompok ini menyiasati terbatasnya ketersediaan alat dengan memaksimalkan penggunaan alat milik anggotanya. Bila di lihat pada tabel di atas, kelompok ini memilih untuk meminimalisir pengeluaran biaya sewa alat. Hal ini dilakukan guna memperkecil biaya produksi sebab meskipun didanai oleh lembaga institusi terkait, namun anggarannya sudah dibagi untuk kegiatan tahunan.

## 2) Kebutuhan dan penyediaan alat jenis kelompok jaringan pertemanan

Tabel 13. Daftar kebutuhan dan penyediaan alat jenis kelompok pembuat konten audio visual institusi jaringan pertemanan

Nama Alat	Jenis Kepemilikan		
	Milik kelompok	Milik Anggota	Sewa di
Canon 6D	V		Janu
Canon 60D	V	V	Solo Lensa
Black Magic Pocket			1st Pictures
H6N		V	Ruang Rental



H4N, H5N		V	
Tripod, monopod		V	
Slider		V	Janu
Drone,			Artefact Media
Glide cam HD200		V	Janu, Ruang Rental
Sony MC			ESPEES
Clip on		V	
Rode Microphone		V	
Komputer Editing	V	V	

Meski jumlah alat yang dibutuhkan oleh kelompok dari institusi jaringan pertemanan tidak banyak, namun spesifikasi alat yang digunakan dinilai mampu bersaing dengan kelompok produksi profesional. Dibandingkan dengan kelompok sebelumnya, dalam penyediaan alat kelompok ini cenderung memanfaatkan alat-alat yang dimiliki oleh anggotanya, atau menyewa pada kelompok lain. Sebagian besar dari kelompok ini mengaku penyediaan alat secara kelompok tidak lagi dapat dijadikan sebagai investasi. Hal tersebut dikarenakan pesatnya perkembangan seri, spesifikasi alat produksi yang mana setiap tahunnya selalu bermunculan seri-seri terbaru dengan spesifikasi alat yang semakin canggih pula. Selain itu perlu biaya lebih dalam perawatan dan perbaikan alat, untuk itu sewa alat menjadi salah satu pilihan terbaik dalam mengikuti kemajuan spesifikasi alat

produksi. Biaya sewa alat pun tergolong lebih murah karena berjejaring secara pertemanan.

### 3) Kebutuhan dan penyediaan alat jenis kelompok profesional

Tabel 13. Daftar kebutuhan dan penyediaan alat jenis kelompok pembuat konten audio visual profesional

Nama Alat	Jenis kepemilikan		
	Milik Kelompok	Milik Anggota	Sewa di
Canon 5D	V		Janu, Solo Lensa
Canon 6D	V	V	Solo Lensa
Canon 7D	V	V	Solo Lensa
Black Magic Pocket			1st Pictures
Sony PXW70	V		
H6N	V		Ruang Rental
Tripod, monopod, Slider	V		Ruang Rental, Solo Lensa
Glide cam HD200	V	V	Janu
Drone Phantom E	V		Endru
Tascam DR60	V		Janu
Mini Portal 2 m	V		
LED	V		Titik Fokus
Komputer Editing (Mac Book Pro)	V		
Red Cam			Focused eqp. Jakarta
Peralatan Lighting, untuk film fiksi			Elang Perkasa Yogyakarta
Peralatan Audio untuk film fiksi			Studio DG, Jakarta

Dalam penyediaan alat, kelompok dari institusi profesional secara berkala melengkapi kebutuhan alat produksinya sebagai inventaris perusahaan. Guna mengimbangi pesatnya perkembangan alat produksi, kelompok ini menyiasatinya dengan membeli maupun menyewa kepada perorangan dan jasa *rental* profesional. Meskipun sebagian besar alat produksi telah dimiliki oleh kelompok, namun tak jarang datang pesanan film khususnya videoklip *wedding* di waktu yang sama, sehingga kelompok harus menyewa agar kedua pesanan dapat dikerjakan sekaligus.

## **2. Kegiatan Distribusi**

Selain berproduksi, kelompok pembuat konten audio visual di Solo juga mendistribusikan karya-karyanya secara mandiri. Sebelumnya pada tahun 2014–2015 sempat berdiri KINE KITA, kelompok film yang berfokus pada pendistribusian film komunitas ke pemutaran-pemutaran alternatif hingga bioskop di Solo, namun kemudian vakum salah satunya disebabkan alasan iklim distribusi mandiri kelompok produksi film Solo. Sebagian besar karya tersebut didistribusikan ke festival dan pemutaran-pemutaran alternatif. Festival film inilah yang menjadi peluang pendanaan dan pembuatan film karena di dalam festival film para pembuat konten audio visual dapat bertemu dengan calon pembeli film, pendana film, maupun para pekerja film yang bisa bekerja sama di kemudian hari.<sup>25</sup> Festival merupakan sasaran distribusi utama bagi

---

<sup>25</sup>Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015. 2015 : 3

kelompok pembuat konten audio visual jenis institusi pendidikan dan jaringan pertemanan.

Bagi sebagian besar kelompok pembuat konten audio visual di Solo selain sebagai wadah apresiasi dan promosi adanya festival juga sangat berpengaruh bagi peningkatan kapasitas SDM dan kualitas karya kelompok. Rata-rata informan berpendapat bahwa festival dapat dijadikan sebagai ajang mengukur kualitas, sebagai pembangun *link/* jaringan, juga sebagai pencapaian eksistensi kelompok. Kelompok yang kerap memenangkan festival akan memiliki *bargaining power* yang lebih tinggi. Tidak sedikit pula kelompok yang menjadikan festival dan lomba sebagai usaha pencarian modal untuk produksi film selanjutnya. Sebagian besar kelompok profesional mendistribusikan *teaser* karyanya di kanal media *online* seperti *Youtube* dan Instagram guna menarik calon pembeli.

Di tingkat festival, Film produksi kelompok pembuat konten audio visual Solo berjenis fiksi dan dokumenter telah didistribusikan di berbagai festival, dari tingkat kota hingga internasional. Salah satu film berjudul *Kunjungan Sepesial* karya kelompok produksi Medang Kamulan ditunjuk sebagai salah satu film yang mencerminkan *the face of* Indonesia pada tahun 2015. Tak hanya di festival, fiksi panjang berjudul *Tauhid Dalam Hati* telah didistribusikan di bioskop, Cineplex Hartono Mall, Solo

Baru dan *tour* pemutaran ke beberapa kota seperti Yogyakarta, Surabaya dan Bali dengan total jumlah penonton di atas 3.000 orang.<sup>26</sup>

Di Solo sendiri sempat terselenggara sebuah festival film nasional, Festival Film Solo (FFS). Penelitian ini menemukan FFS merupakan salah satu pendorong berdirinya kelompok produksi khususnya film fiksi di Solo. Terbukti dengan bermunculannya nama-nama kelompok baru setiap tahunnya dan rutin mengikuti ajang tersebut. Namun keberadaannya ikut menghilang bersamaan dengan vakumnya FFS. Sedangkan kelompok pembuat konten audio visual yang masih bertahan hingga saat ini menyalurkan potensinya melalui festival-festival di luar kota, diantaranya:

1. Festival tingkat perguruan tinggi diantaranya Ganesha Film Festival, UGM, Festival film UNDIP, UNIBRAW, UKSW.
2. Festival tingkat nasional diantaranya FFD, PSYCO FEST dan festival film oleh Goethe, Jakarta.
3. Festival film internasional diantaranya JAFF, SGIFF, Clermont-Ferrand Internasional Short Film Festival, Perancis.

Pendistribusian film ke festival juga menjadi alasan lahir dan berkembangnya sebuah kelompok. Terbukti ada 3 kelompok pembuat konten audio visual dari jenis institusi sekolah dibentuk bersamaan dengan ditambahnya cabang lomba film pendek di ajang FLS2N. Selain FFS dan FLS2N, kelompok-kelompok film di Solo mulanya terbentuk

---

<sup>26</sup>Hasil wawancara dengan Zen Al Ansory, 28, *Founder* Medang Kamulan Pictures, Solo, 9 Desember 2017



dari kegiatan pemutaran di Gedung Kesenian (GKS) tahun 2009.<sup>27</sup> GKS menjadi tempat bertemunya para apresiator film yang kemudian memutuskan untuk memutar karya-karya film yang dibuat secara *indie*. Dari sini lah mulai bermunculan kelompok dan individu pembuat konten audio visual, yang bahkan masih berkarya hingga sekarang. Sayangnya pada tahun 2011 kegiatan tersebut harus terhenti dikarenakan permasalahan sengketa kepemilikan lahan. Untuk itu, guna meningkatkan potensi industri kreatif kelompok pembuat konten audio visual di Solo masih diperlukan dukung akses distribusi baik berupa festival film regional, maupun ruang pemutaran alternatif.

Mengingat pentingnya Festival dan ruang pemutaran bagi kelompok pembuat konten audio visual Solo jenis institusi pendidikan, kelompok-kelompok di tingkat SMA dan kampus secara mandiri mengadakan festival di tingkat sekolah dan umum. *Kineclub* UNS sejak tahun 2009–2016 juga aktif mengadakan *screening* non kompetisi, Pesa Film Solo. SMA ISLAM DIPONEGORO Juga turut mengadakan Festival Film Diponegoro 2015–2016 sebagai ajang festival kompetitif cabang lomba film fiksi pendek khusus siswi di tingkat SMP dan SMA. Namun sejauh ini inisiatif tersebut belum mendapat dukungan dari pemerintah daerah. Selama ini kelompok tersebut mencari pendanaan dan akses secara mandiri tanpa bantuan pemerintah daerah.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup>Hasil wawancara dengan Zen Al Ansory, 28, *Founder* Medang Kamulan Pictures, Solo, 9 Desember 2017

<sup>28</sup>Hasil wawancara dengan Amalia Safitril, 27, Pembina Ekstrakurikuler Multimedia SMA ISLAM DIPONEGORO, Solo, 12 April 2016

### **BAB III**

## **PEMETAAN POTENSI INDUSTRI KREATIF KELOMPOK PEMBUAT KONTEN AUDIO VISUAL DI SOLO**

### **A. Pola Hubungan Pendanaan**

Kegiatan produksi konten audio visual memiliki dua ciri mendasar, yakni berbiaya relatif tinggi dan melibatkan cukup banyak orang.<sup>29</sup> Penyediaan dana produksi masih menjadi permasalahan utama yang dialami kelompok pembuatan konten audio visual di Solo. Bila merujuk pada pendekatan konsep ekonomi kreatif seharusnya permasalahan dana tidak lagi menjadi kendala, mengingat modal tidak selalu diartikan sebagai uang *cast*. Namun kegiatan produksi industri kreatif subsektor film, animasi dan video tidak bisa dipisahkan dengan pengadaan alat produksi dan perekrutan kru pekerja. Meski teknologi digital menyediakan sarana yang lebih murah, namun ongkos pembuatan konten audio visual relatif tinggi karena biaya tersebut tidak hanya mencakup sewa alat, melainkan juga penyediaan pemain, busana, lokasi, kendaraan, makanan, hingga proses penyuntingan dan penambahan musik pascaproduksi. Mengingat karakter produksinya yang kolektif, pelibatan banyak orang juga memerlukan dana yang cukup banyak pula.

Dalam kurun waktu 2014–2016 kelompok di institusi pendidikan telah memproduksi 15–35 karya film berjenis fiksi pendek dan dokumenter, karya animasi, serta karya video berjenis videoklip, iklan, dan video profil. Kelompok pembuat konten institusi jaringan pertemanan memproduksi 2–6 karya film.

---

<sup>29</sup>Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015. 2015 : 11

Sedangkan kelompok profesional memproduksi 1 film fiksi panjang, 2 film fiksi pendek, 4 iklan, 5 video profil, serta 80–210 karya videoklip *wedding* dan dokumentasi liputan. Dalam kegiatan produksinya rata-rata setiap kelompok menghabiskan dana sebesar Rp 1.000.000–Rp 5.000.000,-. Sejumlah 4 kelompok pernah memproduksi karya video dengan dana hingga Rp 50.000.000,- untuk video Ikan dan video profil. Dalam produksi film fiksi dan dokumenter panjang, ada 2 kelompok yang telah menghabiskan dana Rp 100.000.000–Rp 500.000.000,-.

Dari segi pendanaan, kelompok film jenis institusi pendidikan memiliki pendana tetap yakni pihak institusi pendidikan yang menaunginya. Rata-rata dana tersebut dianggarkan pertahun dengan rentang nominal Rp 800.000–Rp 2.500.000/ tahun untuk kelompok pembuat konten audio visual kampus dan Rp 1.500.000–Rp 15.000.000/ tahun untuk SMA. Meskipun memiliki sumber pendanaan tetap, namun kelompok film di ranah institusi pendidikan masih melakukan iuran sukarela dengan minimal nominal Rp 1.000/ minggu–Rp 10.000/ bulan sebagai anggaran khas produksi dan kegiatan kelompok lainnya. Hal ini dikarenakan dana yang tersedia dirasa masih kurang, mengingat banyaknya program kerja yang telah diagendakan di tiap tahunnya. Selain iuran dalam beberapa kegiatan baik produksi maupun ekshibisi, kelompok ini mencari tambahan modal dari sponsor. Bentuknya bisa bermacam-macam tidak selalu uang, tergantung kesepakatan bersama.

Sedangkan kelompok dari jaringan pertemanan dan profesional mencari pendanaan dari *pitching program*, tender, upah dari karya pesanan, pemutaran *offline* dan *online* serta berburu hadiah festival/ lomba. Dana tersebut dapat berupa modal, hibah baik uang, alat, fasilitas, akses perijinan maupun berbentuk jasa. Sebagian besar dari pendana berasal dari BUMN dan perusahaan swasta yang membutuhkan konten audio visual berupa video profil perusahaan dan materi promosi produknya. Selain itu ada beberapa pendana dari institusi film yang menawarkan program *pitching* dan sistem beli putus. Bagi para kelompok pembuat konten audio visual profesional penyedia jasa audio visual seperti videoklip dokumentasi, pendananya ialah para pemesan jasa video itu sendiri.

## **1. Cara karya ditawarkan**

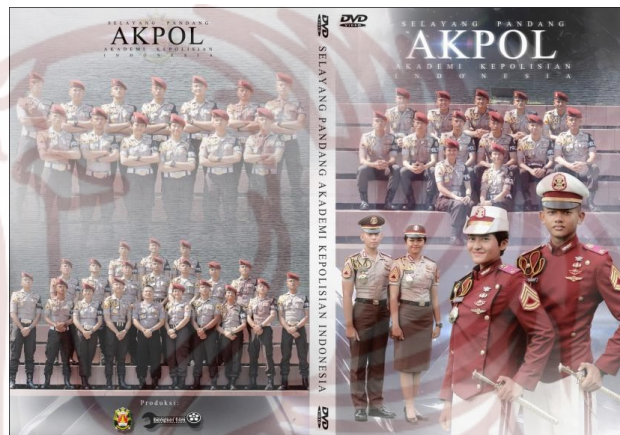
Cara kelompok dalam menawarkan karyanya akan berbeda-beda sesuai karakter konten audio visual yang diproduksi. Dalam penelitian ini dibagi 2 karakter besar dalam penawaran konten audio visual yakni konten submisi dan pesanan/ *provide project*.

### **a. Karakter penawaran konten audio visual submisi**

Yang dimaksud dengan konten audio visual submisi dalam penelitian ini adalah film, animasi dan video yang telah diproduksi atau akan diproduksi untuk ditawarkan kepada pihak ketiga melalui program *pitching* dan *fundraising*, maupun kompetisi tender. Karya film dari program *pitching* dan *funding* yang diikuti dan berhasil didapat oleh kelompok pembuat konten audio visual Solo berjenis fiksi pendek, fiksi panjang dan dokumenter panjang. Pendana program tersebut rata-rata dari



institusi film seperti *Button Ijo*, *British Council of Feature Film* juga Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Sedangkan karya tender video yang berhasil diraih rata-rata berjenis iklan dan video profil perusahaan, diantaranya profil Angkasa Pura dan Akademi Kepolisian Indonesia.



Gambar 23. Desain cover untuk hasil tender video profil AKPOL 2016  
Sumber: Dewi Novitasari, 2016

Karena karya audio visual tersebut belum diproduksi, para kelompok menawarkan idenya melalui presentasi konten kepada calon pendana. Sebagai gambaran visual, kelompok juga menayangkan video referensi, serta dilampirkan beberapa portofolio karya yang telah diproduksinya guna meyakinkan calon pendana. Keterlibatan dan prestasi di festival juga menjadi nilai tambah bagi kelompok tersebut. Bahkan ada satu kelompok yang mendapat tawaran modal dari investor berkat prestasinya di festival.



## b. Karakter penawaran konten audio visual pesanan

Konten audio visual pesanan merupakan karya film, animasi dan video yang diproduksi sebagai permintaan dari pihak ketiga. Melalui inventarisasi data di lapangan, tercatat 3 dari 4 kelompok pembuat konten audio visual profesional hidup dengan memproduksi karya pesanan secara reguler. Sedangkan satu kelompok lainnya menjadikan konten audio visual pesanan sebagai pemasukan untuk memodali produksi kelompok kedepannya. Konten audio visual yang dihasilkan berjenis videoklip *wedding*, dokumentasi liputan, video profil perusahaan dan iklan. Rata-rata para pemesan konten audio visual datang dari iklan yang ditawarkan oleh kelompok. Ada juga yang datang dari relasi *owner*, anggota dan kerabat para pemesan yang puas dengan hasil audio visual pesanan tersebut. Mengingat karakteristiknya yang independen dan informal, kelompok pembuat konten audio visual jenis jaringan pertemanan juga memproduksi karya pesanan, baik secara kelompok maupun sebatas menjadi pekerja *freelance*.



Gambar 24. Desain label dan DVD box konten pesanan (videoklip *wedding*)  
Sumber: Nugroho Adi S., 2017

Pola permodalan yang biasa digunakan oleh kelompok-kelompok pembuat konten audio visual di Solo menunjukkan bahwa kelompok tersebutlah yang mendanai karyanya sendiri. Memang dana produksinya didapat dari pemesan, tapi mereka bukanlah pemodal sebab pendana/pemberi uang mendapatkan barang yang dibeli bukan keuntungan. Sebaliknya kelompok produksi memperoleh keuntungan dari sisa ongkos produksi sesuai budget yang telah disepakati, namun resiko dibebankan sepenuhnya pada kelompok pembuat konten audio visual. Semisal dalam proses produksi videoklip pesanan, pemesan belum melunasi pembayarannya maka kelompok produksi itu sendirilah yang menanggung seluruh biaya produksinya, termasuk pembayaran kru. Terlebih bilamana terjadi kerusakan alat atau bahkan karya pesanan gagal diproduksi, maka kelompok pembuat konten audio visual tersebutlah yang menanggung kerugiannya.

## 2. Negosiasi Harga dan Pengaturan Hak Cipta

**GADING**  
VIDEO PRODUCTION

Jl. Imam Boniol 12 Keparabon, Solo. Telp. 0271 652780 / 08991402612 / PIN BB : 55132F4A  
email: mammoth2007@gmail.com

**VIDEO WEDDING PACKAGES**

<b>VIDEO WEDDING CLIP / VIDEO MORNING EXPRESS</b> <b>Rp. 6.500.000,00</b> •Video Wedding Clip / Morning Express •CD master •ongkos tambahan hari Rp. 2.500.000 ( per hari )	<b>VIDEO WEDDING CLIP + VIDEO MORNING EXPRESS</b> <b>Rp. 9.000.000,00</b> •Video Wedding Clip •Morning Express •CD master •ongkos tambahan hari Rp. 2.500.000 ( per hari )
<b>PAKET VIDEO LIPUTAN ( Full Duration )</b> <b>Rp. 6.500.000,00</b> •2 Kamera HDV •Live Preview •DVD Master •TV Plasma 42" ( 2 buah ) •ongkos tambahan hari Rp. 2.500.000 ( per hari )	<b>PAKET VIDEO LIPUTAN ( Full Duration )</b> <b>Rp. 7.500.000,00</b> •3 Kamera HDV •Live Preview •DVD Master •TV Plasma 42" ( 2 buah ) •ongkos tambahan hari Rp. 2.500.000 ( per hari )

Gambar 25. Contoh paket harga videoklip wedding  
Sumber: Gading Video Production, 2017

Setelah harga disepakati, barulah kelompok produksi dan pemesan jasa audio visual tersebut membahas tentang pengaturan hak cipta. Kelompok-kelompok pembuat konten audio visual ini memiliki pola yang berbeda-beda dalam pengaturan hak cipta karyanya. Pada penelitian serupa, Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015 membagi perjanjian hak cipta kedalam 3 pola,<sup>30</sup> sebagai berikut:

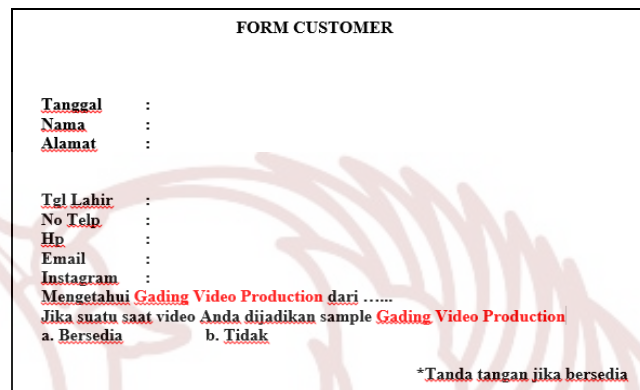
- a. Hak cipta bersama: Baik kelompok pembuat konten audio visual dan pemberi dana memiliki hak cipta yang sama untuk menguasai dan mengedarkan karya tersebut.
- b. Hak cipta pemberi dana: Merupakan pola pengaturan dimana pemesan film sepenuhnya menguasai pemanfaatan dan pendedaran karya.
- c. Hak cipta dibagi: Dalam pengaturan ini pemesan berhak atas jual beli karya, sedangkan kelompok pembuat boleh mendistribusikan karya tersebut ke festival dan distribusi lain.

Secara umum baik karya audio visual pesanan maupun submisi bentuk hak ciptanya adalah hak cipta dibagi. Kelompok pembuat juga berhak menampilkan logo produksinya baik di dalam karya audio visual maupun pada *packaging* (poster, cover DVD). Selain itu, ada pula sistem beli putus, dimana hak ciptanya menjadi milik pemberi dana. Dalam sistem tersebut, kelompok pembuat konten audio visual tidak diperkenankan mendistribusikan karya yang sudah dibeli oleh pemesan. Biasanya hak distribusi kelompok pembuat yang diperbolehkan hanya berupa publikasi *teaser* dan sebagai portofolio

---

<sup>30</sup>Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015. 2015 : 44

kelompok. Bila kelompok ingin menggunakan karya tersebut sebagai keperluan promosi dan kepentingan lain maka terlebih dahulu harus mendapatkan izin dari pemesan.



**FORM CUSTOMER**

Tanggal :  
Nama :  
Alamat :

Tgl Lahir :  
No Telp :  
Hp :  
Email :  
Instagram :

Mengetahui **Gading Video Production** dari .....  
Jika suatu saat video Anda dijadikan sample **Gading Video Production**  
a. Bersedia                      b. Tidak

\*Tanda tangan jika bersedia

Gambar 26. Contoh form *customer* terkait perizinan publikasi videoklip *wedding*  
Sumber: Gading Video Production, 2017

Potensi subsektor film, animasi dan video sebagai industri kreatif di Solo juga didukung dengan daya beli masyarakatnya yang cukup tinggi. Dalam produksi karya pesanan videoklip *wedding* misalnya, mampu dibeli dengan harga mulai dari Rp 3.500.000 hingga mencapai nominal Rp 12.000.000 per karya. Untuk itu kelompok pada jenis industri profesional menjelaskan bahwa tidak ada negosiasi harga seperti tawar menawar dengan calon pemesan. Rata-rata tiap kelompok menyediakan paket-paket dengan spesifikasi tertentu sebagai pilihan, sesuai daya beli dan kebutuhan *customer*. Berbeda dengan kelompok profesional, jenis kelompok institusi pendidikan dan jaringan pertemanan justru menyesuaikan *budget* produksinya dengan kemampuan beli calon pemesannya.



### 3. Legalitas badan hukum kelompok

Terkait legalitas badan hukum kelompok, sejumlah 3 kelompok profesional sejak awal didirikan sudah langsung memutuskan untuk berbadan hukum CV. Guna meningkatkan kapasitas produksinya tercatat 1 kelompok jaringan pertemanan di Solo yang sedang dalam proses pengajuan legalitas PT. Sedangkan legalitas kelompok institusi pendidikan berada di bawah badan hukum SMA, fakultas dan yayasan. Sebagian kelompok menjelaskan bahwa keputusan untuk berbadan hukum formal diperlukan dalam kerjasama dengan pihak ketiga, khususnya kerjasama profesional baik dengan BUMN maupun Swasta. Namun kelompok di bawah badan hukum institusi pendidikan dinilai paling tidak menguntungkan, karena dipandang tidak komersial dan terbatas dalam pengajuan tender. Hal inilah yang mendorong *Kineclub* UNS untuk berencana memiliki badan hukum dan mengubah bentuk organisasi dari UKM milik fakultas menjadi CV demi mempermudah kerjasama.<sup>31</sup>

Bagi kelompok pembuat konten audio visual jaringan pertemanan, badan hukum formal sangat diperlukan guna meningkatkan kapasitas kelompok dari institusi jaringan ke profesional. Sayangnya kesadaran tersebut belum didukung dengan sosialisasi yang jelas dari pemerintah tentang mekanisme berbadan hukum.<sup>32</sup> Selain permasalahan minimnya sosialisasi, sejumlah kelompok memilih untuk tidak berbadan hukum bukan karena tidak ingin berkembang ke ranah profesional melainkan selama ini masih mengalami kendala dalam perizinannya. Persyaratan kelompok untuk

---

<sup>31</sup>Hasil wawancara dengan Halim Ro'is Al Asy Ari, 2017

<sup>32</sup>Hasil wawancara dengan A. Syahbani Nasution, 2017



berbadan hukum khususnya kepemilikan tempat berkegiatan dinilai cukup memberatkan bagi kelompok jenis jaringan pertemanan.<sup>33</sup> Meskipun belum berbadan hukum, sebagian kelompok tersebut telah menerapkan sistem organisasi dan kerjasamanya di tingkat profesional. Bila diperlukan, kelompok tersebut cenderung memilih untuk meminjam legalitas kelompok lain yang sudah berbadan hukum. Bagi kelompok yang tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), sebagian dari ketua kelompok mengusahakan untuk membuat NPWP personal yang sejauh ini bisa digunakan dalam kerjasama dengan pihak ketiga.

## **B. Pola Hubungan Kerja**

Meski karakter produksi konten audio visual cenderung kolektif (membutuhkan orang banyak), rupanya tidak selalu menciptakan karakter kelompok dengan anggota yang banyak. Hal ini disebabkan pandangan tentang sulitnya menyatukan pemikiran dan visi kelompok dalam jumlah besar. Untuk itu guna memenuhi kapasitas kebutuhan kru produksi, kelompok dengan jumlah anggota yang terbatas memilih mempekerjakan kru di luar anggota (*freelance*).

### **1. Sistem Perekrutan Pekerja**

Transformasi peralatan syuting dari era analog ke digital berperan besar terhadap meningkatnya minat pelaku industri kreatif subsektor film, animasi dan video. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya jumlah

---

<sup>33</sup>Hasil wawancara dengan Lusida Dewi Yanti, 27, *Producer* Segi Empat Film, Solo, 18 April 2016

kelompok pembuat konten audio visual setiap tahunnya. Di Solo jumlah anggota kelompok pembuat konten audio visual jenis institusi pendidikan tercatat cukup besar dengan rentang jumlah 20–92 orang anggota. Mengingat jumlah anggotanya yang banyak, para pekerja di institusi pendidikan adalah anggota dari kelompok itu sendiri. Anggota kelompok ini bekerja secara sukarela tanpa upah kerja. Dalam kondisi tertentu, biasanya kelompok pembuat konten audio visual jenis ini lebih membutuhkan tambahan kru sebagai *cast* untuk berperan di filmnya, bukan kru produksi di balik layar. Namun karakter tersebut berbeda dengan jenis kelompok pembuat konten audio visual jaringan pertemanan dan kelompok profesional yang rata-rata beranggotakan 2–5 orang saja. Dalam penjaringan kru produksi *freelance*, kelompok produksi di institusi pendidikan menjadi salah satu penyedia SDM terbesar.

Jenis kelompok pembuat konten audio visual jaringan pertemanan memilih kriteria kru produksi *freelance* berdasarkan pertemanan dan portofolio. Rata-rata mereka berasal dari lingkungan jaringan yang sama, seperti teman sekolah, tetangga, maupun rekan yang pernah berproduksi bersama sebelumnya. Hubungan kerja pada kelompok ini sering dikenal dengan istilah “*jobthanks*”, atau dalam arti lain para pekerja *freelance* tidak dibayar melainkan membantu dengan sukarela. Namun dalam produksi konten audio visual pesanan, kelompok jenis ini menggaji pekerjajanya sesuai *job desc* dan jam kerjanya mulai dari rentang nominal Rp 150.000–Rp 4.000.000.

Kelompok pembuat konten audio visual profesional mencari kru produksi *freelance* berdasarkan rekomendasi anggotanya dipertimbangkan dengan portofolio. Rata-rata kru produksi *freelance* pada kelompok profesional sudah pernah bekerjasama sebelumnya. Cara tersebut dipilih agar proses produksinya nanti dapat berjalan lancar dan efisien. Para pekerja *freelance* dalam kelompok profesional digaji sesuai jumlah proyek dan *job desc* yang diterimanya. Guna menjaga karakter dan kualitas karyanya, kru *freelance* akan kembali diminta bergabung pada proyek selanjutnya. Kru *freelance* digaji mulai dari rentang nominal Rp 150.000–Rp 800.000/ hari tergantung *job desc*-nya.

## **2. Kontrak Kerja**

Kelompok pembuat konten audio visual di Solo dalam setiap penggarapan karyanya secara informal mengatur kontrak kerjanya terkait *job desc*, upah, target, *deadline* serta kesepakatan khusus. Hal tersebut juga berlaku pada kelompok pembuat konten audio visual jenis institusi profesional. Meskipun secara kelembagaan sudah menerapkan sistem profesional, namun karakter informalitas masih terbawa dalam kelompok ini. Informalitas yang dimaksud di sini ialah tidak adanya surat kontrak resmi yang mengatur tentang kesepakatan sistem kerja. Pola ini terbentuk atas dasar kepercayaan yang kuat antar tim pembuat dengan kru produksi yang dipekerjakannya.

Sistem kontak formal hanya berlaku antara kelompok pembuat konten audio visual dengan pendana/ pemesan. Selain kesepakatan sistem pembayarannya, kontrak tersebut juga mengatur tentang detail fasilitas dan jasa yang diterima oleh pemesan, seperti batasan-batasan revisi penyuntingan, durasi syuting, hingga peraturan tentang kemungkinan terburuk karya pesanan gagal diproduksi atau pemesan membatalkan pesannya. Pada kontrak tersebut juga tertera permintaan *treatment* khusus dari pemesan.

### **3. Peningkatan Kapasitas SDM**

#### **a. Peningkatan kapasitas SDM kelompok pembuat konten audio visual institusi pendidikan**

Dari segi peningkatan kemampuan anggota kelompok pembuat konten audio visual jenis institusi pendidikan mengadakan pelatihan internal oleh senior kepada juniornya. Kegiatan tersebut meliputi pelatihan pembuatan audio visual mulai dari tahap pra hingga pascaproduksi. Selain bidang produksi, kelompok jenis institusi ini rata-rata membekali anggotanya dengan pengetahuan seputar kegiatan apresiasi dan pendistribusian karya. Berikut ini macam-macam bentuk program pelatihan dan keorganisasian kelompok pembuat konten audio visual jenis institusi pendidikan:

- 1) *Open recruitment* dan pelantikan anggota baru setiap satu tahun sekali
- 2) Program pendidikan dan latihan (diklat) umumnya diberikan kepada calon anggota baru. Berisi orientasi, *workshop*, seminar dan diskusi, serta pengenalan sistem organisasi. Program ini dilakukan pada kurun

waktu tertentu. SMA rata-rata melakukan diklat 2–7 hari. Sedangkan kelompok kampus melakukan diklat berjenjang selama 3 bulan.

- 3) Pelatihan rutin umumnya satu minggu sekali dari pembina atau pelatih dan senior untuk anggota yunior. Materi yang disampaikan meliputi pelatihan produksi dari tahap pra hingga pasca, distribusi, pengarsipan, dan apresiasi khususnya jenis karya film. Pelatihan tersebut diadakan secara reguler dalam kurun waktu sekali dalam satu minggu dan volumenya bisa meningkat menjelang persiapan produksi.
- 4) Program ekshibisi dan pendistribusian karya ke festival. Kegiatan ekshibisi tersebut dilakukan secara berkala untuk kalangan umum dengan memberlakukan sistem *ticketing*, serta pemutaran terbatas untuk intern kelompok. Pemutaran internal umumnya dilakukan usai produksi sebagai evaluasi. Selain mendistribusikan karyanya ke festival, kelompok-kelompok ini juga mengadakan program festival. 1 kelompok SMA memiliki program festival kompetisi, 1 kelompok Kampus memiliki program festival pemutaran non kompetisi.
- 5) Mengikuti dan mengadakan *workshop*.

**b. Peningkatan kapasitas SDM kelompok pembuat konten audio visual jaringan pertemanan**

Sebagian besar kru *freelance* pada kelompok jaringan pertemanan berangkat dari inisiatifnya sendiri dengan alasan mencari pengalaman dan berlatih hal baru. Meski berjejaring secara pertemanan, namun bisa jadi kru tersebut belum pernah berproduksi sebelumnya. Di sinilah dibutuhkan peran koordinator untuk memberikan pelatihan. Pelatihan tersebut rata-rata

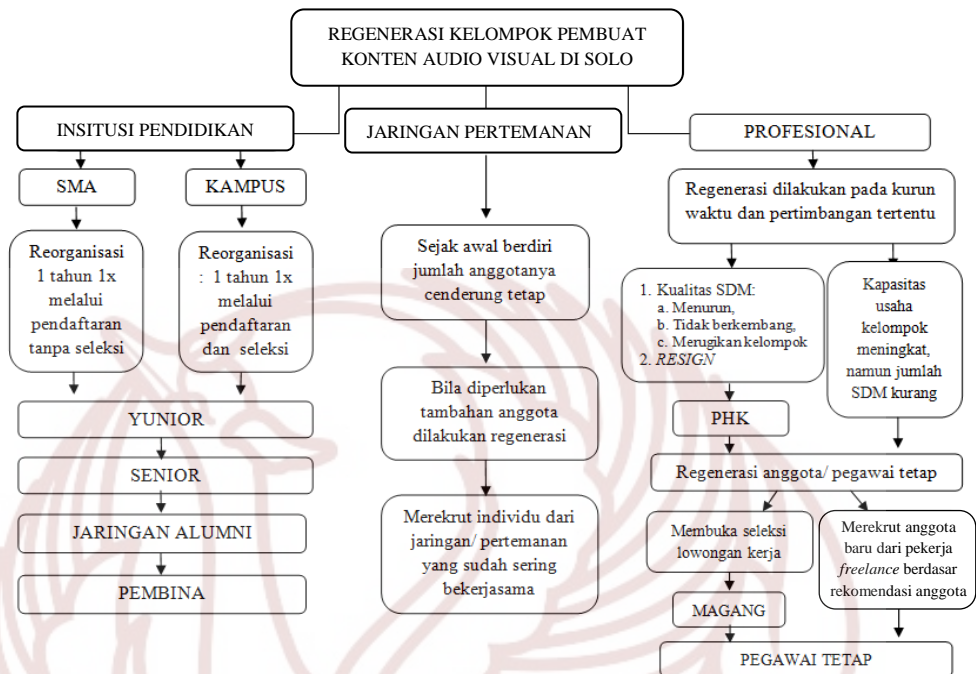


berupa *workshop* di setiap departemen produksinya. Selain itu guna meningkatkan kemampuan dari para pekerjanya, koordinator masing-masing departemen memberikan evaluasi usai produksi.

**c. Peningkatan kapasitas SDM kelompok pembuat konten audio visual profesional**

Sistem peningkatan kapasitas SDM jaringan pertemanan juga diterapkan oleh salah satu kelompok pembuat konten audio visual profesional dalam penggarapan film fiksi panjang. Mengingat banyaknya kru yang dibutuhkan dalam penggarapan karya tersebut, kelompok ini merekrut kru secara pertemanan yang belum memiliki pengalaman produksi fiksi panjang sebelumnya. Pelatihan yang dilakukan berupa *workshop* berkala di masing-masing departemen. Sedangkan 3 kelompok produksi profesional lainnya memilih untuk mempekerjakan kru *freelance* yang terlatih, bahkan mayoritas merupakan mahasiswa dan alumnus perguruan tinggi di bidang audio visual. Bila diperlukan, pelatihan yang diberikan hanya sebatas menyamakan karakter produksinya saja sesuai dengan *image* yang telah dibangun oleh kelompok juga selera konsumen/pemesan. Guna meningkatkan kualitasnya, kelompok pembuat konten audio visual profesional juga menerapkan sistem evaluasi. Evaluasi dipimpin oleh koordinator di masing-masing departemen, dimulai dari laporan kerja per-divisi hingga kritik hasil karya.

#### 4. Regenerasi



Gambar 27. Bagan alur regenerasi kelompok pembuat konten audio visual berdasarkan jenis institusinya

Masing-masing kelompok pembuat konten audio visual di Solo memiliki sistem regenerasi yang berbeda-beda sesuai jenis institusinya, sebagai berikut:

##### a. Regenerasi kelompok pembuat konten audio visual institusi pendidikan

Kelompok pembuat konten audio visual institusi pendidikan di SMA dan kampus memiliki sistem regenerasi yang hampir sama, yakni sama-sama beregenerasi setiap tahun sekali. Kelompok di institusi pendidikan SMA membuka ruang seluas-luasnya bagi para siswa baru yang ingin bergabung. Ada juga institusi pendidikan yang mewajibkan siswanya untuk bergabung. Sistem ini diterapkan di SMA ISLAM

DIPONEGORO sebagai wadah pengembangan dan penjangkaran bakat siswi-siswinya di bidang produksi audio visual.<sup>34</sup>

Berbeda dengan kelompok pembuat konten audio visual institusi pendidikan di SMA, kelompok kampus memberlakukan sistem seleksi dalam perekrutan anggota barunya. Tahapan seleksi dilakukan mulai dari seleksi berkas formulir pendaftaran yang diajukan oleh calon anggota kemudian dilanjutkan dengan *workshop* dan *test* secara bertahap.<sup>35</sup> Anggota baru baik di SMA maupun kampus tersebut mengikuti kegiatan produksi dan keorganisasian sebagai junior, kemudian menjabat sebagai Senior di tahun berikutnya. Senior inilah yang bertanggungjawab untuk mengurus organisasi hingga pelatihan untuk juniornya. Setelah terlepas dari institusi pendidikan terkait, para anggota lama tersebut tergabung dalam jaringan alumnus. Tenaga ajar maupun pembina kelompok, tersebut umumnya direkrut dari jaringan alumnus.<sup>36</sup> Hal ini menandakan bahwa kegiatan pelatihan kelompok pembuat konten audio visual institusi pendidikan juga berpotensi dalam menyerap tenaga kerja. Pengadaan *workshop* dan pelatihan juga dapat dijadikan usaha bagi para pelaku industri kreatif subsektor film, animasi dan video di Solo.

#### **b. Regenerasi kelompok pembuat konten audio visual jaringan pertemanan**

Dibandingkan dengan dua kelompok yang lain, jumlah anggota kelompok pembuat konten audio visual institusi jaringan pertemanan

---

<sup>34</sup>Hasil wawancara dengan Amalia Safitri, 2016

<sup>35</sup>Hasil wawancara dengan Nurul Afifah, 20, Humas *Kineclub* UMS, Solo, 14 April 2017

<sup>36</sup>Hasil wawancara dengan Nurul Afifah, 2017

cenderung tetap. Hal tersebut disebabkan oleh tujuan awal berdirinya kelompok itu sediri, yang mana berasal dari kalangan pertemanan yang memiliki kesamaan visi dan kecocokan dalam organisasi.<sup>37</sup> Bila diperlukan, kelompok jenis jaringan pertemanan cenderung merekrut individu dari jaringan pertemanan yang sudah sering bekerjasama sebelumnya.

**c. Regenerasi kelompok pembuat konten audio visual profesional**

Regenerasi dalam kelompok ini dilakukan pada kurun waktu dan pertimbangan tertentu, di antaranya bila kualitas SDM dinilai menurun, tidak berkembang, atau melanggar sistem kerja dan peraturan kelompok bahkan hingga merugikan kelompok. Perekrutan anggota baru juga diperlukan apabila terdapat pengajuan *resign* maupun habis masa kontrak. Selain itu, regenerasi juga dilakukan apabila kapasitas usaha meningkat namun SDM kurang. Dalam sistem perekrutan anggota baru, separuh dari 4 kelompok pembuat konten audio visual profesional membuka seleksi lowongan kerja dengan sistem bertahap mulai dari tahap seleksi berkas, wawancara, hingga magang dalam kurun waktu tertentu. Calon anggota yang dinilai baik dalam proses magang kemudian direkrut sebagai pegawai tetap maupun kontrak. Sedangkan dua kelompok lainnya memilih untuk merekrut pegawai tetap/ anggota baru dari para pekerja *freelance* yang direkomendasikan oleh anggota kelompok.

---

<sup>37</sup>Hasil wawancara dengan Lusida Dewi Yanti, 2016

Regenerasi tenaga *freelance* di Solo sendiri dinilai cukup lambat. Kelompok pembuat konten videoklip *wedding* khususnya, menyebutkan bahwa jumlah permintaan videoklip di Solo cukup besar. Dalam hari yang sama kelompok tersebut bisa mendapat 2–4 permintaan video, namun permintaan tersebut tidak sebanding dengan jumlah tenaga *freelance* yang terbatas.<sup>38</sup> Kondisi ini semakin dipersulit dengan adanya pelaku-pelaku industri kreatif di luar subsektor film, animasi dan video yang kemudian ikut menerima permintaan videoklip dengan mempekerjakan tenaga *freelance* yang terbatas tadi.<sup>39</sup>

Latar belakang pendidikan juga dijadikan sebagai tolak ukur dalam regenerasi kelompok pembuat konten audio visual profesional di Solo. Bahkan dalam perekrutan pekerja *freelance* mayoritas kelompok-kelompok tersebut memilih mempekerjakan mahasiswa maupun alumnus dari institusi pendidikan di bidang audio visual.<sup>40</sup> Sebagian besar dari ketua, koordinator kelompok juga para pemilik usaha produksi konten audio visual di Solo rata-rata memiliki latar belakang pendidikan di bidang serupa. Hal ini menandakan institusi pendidikan, khususnya di tingkat perguruan tinggi ikut berperan penting dalam regenerasi kelompok pembuat konten audio visual profesional, juga sebagai modal dalam memulai industri kreatif subsektor film, animasi dan video.

---

<sup>38</sup>Hasil wawancara dengan Teguh Pramono, 33, *Videographer* Gading Video Production, Solo, 20 April 2016

<sup>39</sup>Hasil wawancara dengan Yanuar Dwi Cahyanto, 25, *Coordinator, Director* Neo Video Work, Solo, 18 April 2016

<sup>40</sup>Hasil wawancara dengan Yanuar Dwi Cahyanto, 2016



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Penggalian potensi industri kreatif subsektor film, animasi dan video dengan menginventarisasi pola permodalan dan pola pekerja kelompok pembuat konten audio visual di Solo 2014–2016 melalui pemetaan ini menghasilkan kesimpulan berupa paparan prestasi dan persoalan yang menghambat pengembangan potensi kelompok. Berikut hasil kesimpulan berdasarkan jenis institusinya :

##### **1. Kelompok Pembuat Konten Audio Visual Institusi Pendidikan**

Kelompok pembuat konten audio visual jenis institusi pendidikan rata-rata berfokus dalam pengembangan kemampuan anggota kelompok serta penciptaan jenis karya film fiksi dan dokumenter. Meskipun jenis karya tersebut membutuhkan waktu produksi yang cukup lama, namun kelompok ini memiliki karakter jumlah anggota yang lebih banyak dibandingkan dengan 2 jenis kelompok lain sehingga dalam waktu yang sama dapat mengerjakan 2–4 karya sekaligus. Hasil dari pemetaan yang telah dilakukan kepada 5 kelompok pembuat konten audio visual institusi pendidikan menunjukkan bahwa mereka mengalami permasalahan pada pola permodalan dan pola pekerja. Berdasarkan pola permodalannya, kelompok pembuat konten audio visual institusi pendidikan memiliki sumber pendanaan tetap dari institusi pendidikan

yang menaunginya, namun nominalnya terbatas dan dirasa kurang. Sebagai solusi kelompok jenis institusi ini memberlakukan sistem swadaya, yang mana dalam proses pembuatan karya audio visual memanfaatkan peralatan milik anggota dan mempekerjakan kru serta pemain dari anggotanya sendiri. Solusi tersebut dinilai masih kurang efektif dalam meningkatkan jumlah produksi konten audio visual kelompok ini. Meskipun sepanjang tahun 2014–2016 jumlahnya cenderung meningkat namun pertumbuhannya kurang signifikan.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh kelompok ini adalah peningkatan SDM, serta penyediaan ruang pemutaran dan festival. Metode pelatihan dalam kelompok ini lebih banyak dilakukan secara internal. Sehingga akumulasi pengetahuan kelompok di institusi pendidikan masih terbatas hanya di dalam kelompok. Peningkatan SDM kelompok ini penting guna regenerasi dan pengembangan industri kreatif subsektor film, animasi dan video di Solo. Sejauh ini kelompok-kelompok pembuat konten audio visual jenis institusi pendidikan menjadi penyedia utama SDM pekerja produksi di tingkat jaringan pertemanan hingga profesional. Penyediaan ruang pemutaran dan festival juga diperlukan guna meningkatkan kualitas serta menciptakan iklim kompetitif. Adanya festival juga dapat meningkatkan kapasitas produksi kelompok, baik secara kualitas maupun kuantitas.

## **2. Kelompok Pembuat Konten Audio Visual Jaringan Pertemanan**

Kelompok pembuat konten audio visual jaringan pertemanan di Solo aktif memproduksi konten audio visual jenis film dan video, salah satu kelompok juga memproduksi konten animasi. Secara kualitas, karya-karya

kelompok pembuat konten audio visual institusi jaringan di Solo diakui secara nasional, terbukti dari prestasi-prestasi yang telah diraih. Bahkan tidak jarang mendapat tawaran untuk ikut serta dalam festival internasional, hanya saja dana masih menjadi kendala utama. Satu dari tiga kelompok jenis ini pernah mengajukan permohonan dana *travel grand* festival internasional ke Pemerintah Kota Solo, namun belum mendapatkan respon yang baik.

Pola permodalan menjadi permasalahan utama bagi kelompok ini, khususnya di bidang legalitas badan hukum kelompok. Besar keinginan kelompok pembuat konten audio visual di institusi jaringan pertemanan untuk berbadan hukum guna meningkatkan kapasitas usaha menuju tingkat institusi profesional. Sedangkan kelompok yang tidak berubah bukan berarti tidak tertarik untuk meningkatkan kapasitasnya dalam mengambil proyek yang lebih besar, melainkan sejauh ini kelompok tersebut masih merasa dipersulit dengan persyaratannya, bahkan tidak sedikit kelompok yang mengeluhkan tentang kurangnya sosialisasi dari pemerintah daerah tentang proses dan persyaratan untuk berbadan hukum. Oleh karena itu banyak kelompok yang menyiasati aturan legalitas badan hukum dalam kerjasama di tingkat profesional.

Mereka sejauh ini dapat mengakali peraturan yang ada dengan meminjam legal formal organisasi lain sebagai pengaju penawaran dan jika menang lelang, kelompok tersebut akan mengerjakan proyeknya dengan nama organisasi lain tadi. Sepanjang organisasi lain tersebut juga mendapatkan untung dan tidak dirugikan, atau sepanjang peraturan yang ada tidak melarang siasat seperti ini, maka kelompok-kelompok informal masih bisa mendapat

nillai pekerjaan tanpa harus mendaftarkan diri ke pengadilan dan membayar pajak sebagai badan hukum. Agar hal tersebut tidak berlarut, maka perlu adanya dukungan dari pemerintah daerah terkait sosialisasi dan kemudahan akses untuk berbadan hukum. Penyediaan ruang pemutaran dan festival juga diperlukan oleh kelompok ini, sebagai ajang eksistensi dan membuka kesempatan untuk bertemu dengan pemodal.

### **3. Kelompok Pembuat Konten Audio Visual Profesional**

Industri kreatif di Solo mayoritas digerakkan oleh kelompok pembuat konten audio visual professional. Karya yang diproduksi berjenis videoklip *wedding* dan dokumentasi *event* tertentu. Satu dari tiga kelompok juga aktif memproduksi film fiksi panjang dan pendek serta dokumenter. Penyediaan jasa produksi konten audio visual di Solo dinilai sebagai peluang usaha yang bagus. Potensi subsektor film, animasi dan video sebagai industri kreatif di Solo juga didukung dengan daya beli masyarakatnya yang cukup tinggi. Dalam produksi karya pesanan videoklip *wedding* misalnya, mampu dibeli dengan harga mulai dari Rp 3.500.000 hingga mencapai nominal Rp 12.000.000 per karya. Selain daya beli masyarakatnya yang tinggi, permintaan akan jasa pembuatan konten audio visual khususnya klip wedding di Solo cukup tinggi. Setiap tahunnya, rata-rata masing-masing kelompok dapat mengerjakan 30–60 karya pesanan. Namun banyaknya permintaan tersebut rupanya turut mendorong munculnya kelompok-kelompok baru bahkan tidak sedikit pelaku-pelaku industri kreatif di luar subsektor film, animai dan video

yang kemudian ikut menerima permintaan konten audio visual dengan mempekerjakan tenaga *freelance* yang terbatas tadi.

Selain permasalahan regenerasi pekerja, permasalahan modal juga dialami oleh kelompok ini, yang mana sebagian besar kelompok pembuat konten audio visual di Solo menjadi pemodal untuk mereka sendiri. Situasi tersebut dapat menghambat usaha kelompok terutama dalam memproduksi dan mendistribusikan karyanya. Bila situasi ini terus berlanjut maka skala industri kreatif subsektor film, animasi dan video di Solo tidak akan berkembang. Permasalahan modal juga menjadi kendala dalam pengadaan alat produksi yang mana biayanya cenderung tinggi, namun regulasi kembalinya modal cenderung lama.



## **B. SARAN**

Hasil inventarisasi pola permodalan dan pola pekerja kelompok pembuat konten audio visual Solo menunjukkan bahwa potensinya perlu didukung oleh Pemerintah Kota Solo khususnya, guna meningkatkan potensi industri kreatif subsektor film, animasi dan video daerah. Berikut rekomendasi yang diberikan serta harapan yang telah dihimpun dari kelompok pembuat konten audio visual Solo sebagai solusi dalam menangani permasalahan tersebut :

1. Pembentukan asosiasi sebagai wadah berjejaring yang memayungi kelompok-kelompok pembuat konten audio visual di Solo. Sebagai forum komunikasi, Pembentukan asosiasi ini dapat meningkatkan jaringan kelompok-kelompok pembuat konten audio visual Solo di tingkat Kota Madya maupun jaringan antar kota, nasional hingga internasional. Asosiasi ini juga dapat dijadikan sebagai pengakuan atas keberadaan kelompok.
2. Asosiasi yang memayungi kelompok berada di bawah lembaga Pemerintah Kota (Pemkot) Solo sehingga program kerjanya terintegrasi dengan program kerja Pemkot. Asosiasi ini diharapkan dapat mendukung pengembangan industri kreatif subsektor film, animasi dan video melalui pemberian perlindungan hukum, fasilitas dan kemudahan akses/ perizinan. Fasilitas yang diharapkan kelompok pembuat konten audio visual di Solo meliputi : (1) Ruang pemutaran, (2) Fasilitas fisik, dan (3) Infrastruktur.
3. Bantuan dalam pembentukan badan hukum bagi kelompok berupa sosialisasi dan kemudahan pengurusannya. Dukungan tersebut tentunya

akan semakin mendorong potensi kelompok jaringan pertemanan menuju institusi profesional dalam menggerakkan industri kreatif di Solo melalui subsektor film, animasi dan video.

4. Pembentukan regulasi industri kreatif subsektor film, animasi dan video di Solo. Kelompok profesional mengharapkan adanya regulasi industri yang di dalamnya mengatur pembentukan dan pergerakan industri kreatif subsektor film, animasi dan video di Solo.
5. Pengadaan program-program peningkatan kapasitas SDM. Guna meningkatkan kualitas SDM, pemerintah diharapkan dapat mengadakan pelatihan seperti *workshop* bekerjasama dengan perguruan tinggi di bidangnya serta mengundang pembuat konten audio visual skala nasional maupun internasional. Pengadaan festival di tingkat kota seperti Tarung Solo FFS juga dinilai efektif dalam meningkatkan iklim kompetisi antar kelompok dalam menciptakan karya yang berkualitas. Festival tersebut juga mampu membentuk karakter konten audio visual Solo.

## DAFTAR ACUAN

### Buku , Artikel, Jurnal

- Anung Rachman. 2009. *Studi Tentang Kompetensi Produksi dan Promosi Pembuat Film Independen di Surakarta*. *Jurnal Capture*, Vol 1 No 1 Desember 2009.
- Boggs, Joseph M. Terjemahan Asrul Sani. 1992. *Cara Menilai Sebuah Film*. Jakarta: Yayasan Citra.
- Danissa Dyah Oktaviani. 2014. *Bentuk Kerjasama KompasTV dan RBTB dalam Pelaksanaan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ)*. Laporan Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: ISI Surakarta.
- DCMS, 2015. *Official Statistics Creative Industries Economic Estimates January 2015*. (Online), (<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-economic-estimates-january-2015/creative-industries-economic-estimates-january-2015-key-findings> diakses 28 Juni 2017).
- Kelompok Kerja Indonesia Design Power. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI
- Lexy, J. Moelong. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- PT. KAI. 2015. *Pameran Film Dokumenter Jawa Tengah 2015*. (Online), (<http://heritage.kereta-api.co.id/?p=7352> diakses 22 Mei 2016).
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Swakelola Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015. 2015. *Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015*. Yogyakarta: Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

### Laman, Website

- BEKRAF, *Profil BEKRAF*. (Online), (<http://www.bekraf.go.id/subsektor> diakses 15 Juni 2017).
- BEKRAF, *Subsektor Industri Kreatif*. (Online), (<http://www.bekraf.go.id/subsektor> diakses 15 Juni 2017).
- Solo Creative City, *Background and Objectives*. (Online). (<http://www.sccn.or.id/backgrounds-and-objectives.html> diakses 20 Mei 2016).

## DAFTAR NARASUMBER

A. Syahbani Nasution, 28, *Film maker*, wawancara di rumah narasumber, Kampung Batik Laweyan, 14 April 2017

Amalia Safitri, 27, Guru SMA, wawancara di SMA ISLAM DIPONEGORO, 12 April 2016

Dewi Novitasari, 26, *Film maker*, wawancara di *Café Lattitude*, 17 April 2016

Ferry Setiawan, 30, *Photographer*, wawancara di Studio Royal Cinema & Photography, 10 April 2016

Halim Ro'is Al Asy Ari, 20, Mahasiswa, wawancara di Hutan FISIP UNS, 8 April 2017

Joko Narimo, 38, Pegiat Film, wawancara di Kompleks Gedung Kesenian Sriwedari, 12 April 2016

Lusida Dewi Yanti, 27, Mahasiswa, wawancara di Perum Puncak Solo, 18 April 2016

Nurul Afifah, 20, Mahasiswa, wawancara di Kampus UMS, 14 April 2017

Putut Armunanto, 52, Guru SMA, wawancara di SMA 7 Surakarta, 13 April 2016

Steve Pillar Setiabudi, 39, Pembuat film dokumenter, wawancara *by phone*, 27 Juli 2017

Teguh Pramono, 33, *Videographer*, wawancara di Studio Mammoth Photography, 20 April 2016

Yanuar Dwi Cahyanto, 25, *Film maker*, wawancara di Wedangan Omah Djondjing, 18 April 2016

Yunan, 29, Guru SMA, wawancara di SMA Batik 1 Surakarta, 19 April 2016

Zen Al Ansory, 28, *Film maker*, wawancara di *Café Tea and Co*, 9 Desember 2016

## GLOSARIUM

### A

**Animasi** : Tampilan *frame* ke *frame* dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan yang berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah-olah hidup atau mempunyai nyawa.

**Arsitektur** : Seni dan ilmu merancang serta membuat konstruksi bangunan, jembatan, dan sebagainya; 2 metode dan gaya rancangan suatu konstruksi bangunan

**Audio Visual** : Sebutan untuk perangkat yang menggunakan unsur suara dan gambar 2 *n* alat peraga bersifat dapat didengar dan dilihat, seperti film

### B

**Bargaining Power** : Daya tawar

**Bea Cukai** : Perihal (urusan) yang berhubungan dengan pajak

**BEKRAF** : Badan Ekonomi Kreatif merupakan lembaga pemerintah nonkementerian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada presiden

**Budget** : Pengeluaran/ anggaran dana keseluruhan dari produksi film.

### C

**Camera Department** : Bertanggung jawab untuk memperoleh dan merawat semua peralatan kamera yang dibutuhkan untuk



memfilmkan sebuah motion picture. Juga bertanggung jawab untuk penanganan film, pengisian film, dan berhubungan dengan laboratorium pemrosesan.

**Chart** : Suatu objek grafik 2D atau 3D yang merepresentasikan suatu nilai atau hasil dalam bentuk batag, kolom, garis, dan sebagainya.

**CV** : Persekutuan Komanditer (*commanditaire vennootschap* atau **CV**) adalah suatu persekutuan yang didirikan oleh seorang atau beberapa orang yang mempercayakan uang atau barang kepada seorang atau beberapa orang yang menjalankan perusahaan dan bertindak sebagai pemimpin.

**D**

**Devisa** : Bank yang mengatur peredaran devisa, alat pembayaran luar negeri;

**Distribusi** : Penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat; **2** pembagian barang keperluan sehari-hari (terutama dalam masa darurat) oleh pemerintah kepada pegawai negeri, penduduk, dan sebagainya; **3** *Ling* semua posisi yang ditempati oleh unsur bahasa; **4** *ark* persebaran benda dalam suatu wilayah geografi tertentu;

## E

**Ekonomi kreatif** : Kegiatan ekonomi dimana *input* dan *output*-nya berupa gagasan

**Eksistensi** : Muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan aktua

## F

**FFS** : Festival Film Solo

**Film** : Karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audiovisual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi.

**Film fiksi** : Sebuah genre film yang mengisahkan cerita fiktif maupun narasi.

**FLS2N** : Festival Lomba Seni Siswa Nasional

**Frame** : Suatu gambar dari banyak gambar pada gulungan film yang telah diekspose, ukuran *frame* bervariasi sesuai format yang akan diambil gambarnya. Menyesuaikan kamera dan lensa sehingga gambar yang akan diambil memiliki batasan yang diinginkan.

**Fundraising/ funding** : Penghimpunan dana atau penggalangan dana

## G

**Grafik** : Gambaran pasang surut suatu keadaan dengan garis atau gambar (tentang turun naiknya hasil, statistik, dan sebagainya)

## I

**Industri kreatif** : Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut

**Institusi** : 1 lembaga; pranata: *telah disusun -- adat istiadat, kebiasaan, dan aturan-aturan*; 2 sesuatu yang dilembagakan oleh undang-undang, adat atau kebiasaan (seperti perkumpulan, paguyuban, organisasi sosial, dan kebiasaan berhalal-bihalal pada hari Lebaran); 3 gedung tempat diselenggarakannya kegiatan perkumpulan atau organisasi

## J

**JAFF** : Jogja-NETPAC Asian Film Festival

**Job Description** : Tugas dan tanggung jawab crew (*Jobdesc*).

## K

**KMF** : Komunitas Musik Film

**Komoditi** : Sesuatu benda nyata yang relatif mudah diperdagangkan, dapat diserahkan secara fisik, dapat disimpan untuk suatu jangka waktu tertentu dan dapat dipertukarkan dengan produk lainnya dengan jenis yang sama, yang biasanya

dapat dibeli atau dijual oleh investor melalui bursa berjangka.

**Konten** : Informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.

**Kuesioner** : Alat riset atau survei yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, bertujuan mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi atau melalui pos; daftar pertanyaan

**P**

**Pasca Produksi** : Proses akhir/ penyuntingan dalam pembuatan karya audio visual

***Production house*** : Perusahaan pembuatan rekaman video dan atau perusahaan pembuatan rekaman audio yang kegiatan utamanya membuat rekaman acara siaran, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk keperluan lembaga penyiaran.

**PT** : Suatu badan hukum untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya.

**PT Angkasa Pura II** : Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kebandarudaraan di wilayah Indonesia Barat,

## S

**Screening** : Kegiatan pemutaran film

**SDM** : Sumber Daya Manusia

**SFK** : *Screening* Film Kecil, Universitas Negeri Sebelas Maret

**SGIFF** : Singapore International Film Festival

**Softskill** : Suatu kemampuan, bakat, atau keterampilan yang ada di dalam diri setiap manusia.

**SSJ** : Sistem Stasiun Jaringan

## T

**Tabel** : Daftar berisi ikhtisar sejumlah (besar) data informasi, biasanya berupa kata-kata dan bilangan yang tersusun secara bersistem,urut ke bawah dalam lajur dan deret tertentu dengan garis pembatas sehingga dapat dengan mudah disimak;

**Teaser** : Media promosi berupa cuplikan dari konten audio kreatif

**Tender** : Tawaran untuk mengajukan harga, memborong pekerjaan, atau menyediakan barang: *hanya pengusaha bermodal besar yang mampu mengikuti -- di atas satu miliar rupiah;*

**TKFI** : Temu Komunitas Film Indonesia

## U

**UGM** : Universitas Gadjah Mada

**UKSW** : Universitas Kristen Satya Wacana



**UMS** : Universitas Muhammadiyah Surakarta

**UNDIP** : Universitas Diponegoro

**UNIBRAW** : Universitas Brawijaya

**UNISRI** : Universitas Slamet Riyadi

**UNS** : Universitas Negeri Sebelas Maret

**USF** : Unit Seni dan Film, Universitas Muhammadiyah Surakarta

## **V**

**Verifikasi data** : Pembentukan kebenaran teori, fakta, dsb atas data yang dikumpulkan untuk dianalisis agar bisa diuji secara hipotesis.

**Video** : Sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (*capture*) atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi, yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi.

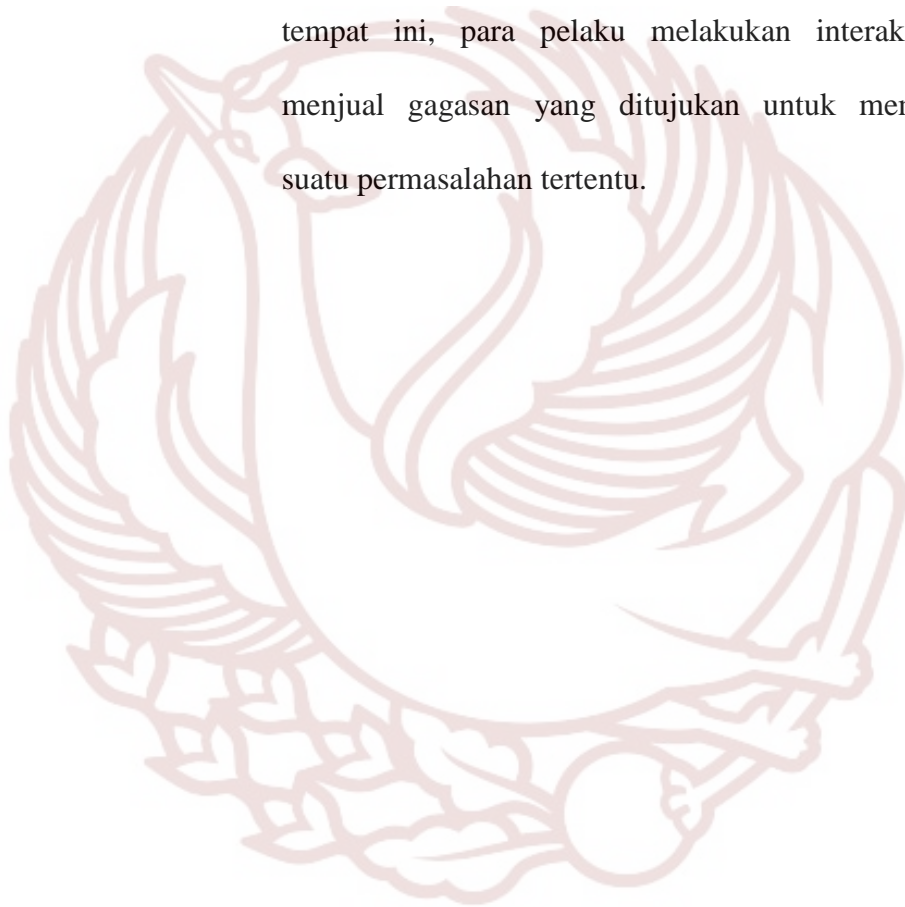
**Video profile** : Salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga propaganda untuk potensi daerah.

**Videoklip** : Kumpulan guntingan gambar hidup (iklan, musik, dan sebagainya) untuk ditayangkan lewat pesawat televisi atau layar bioskop; rekaman pendek adegan video biasa

yang diambil dari rekaman video atau film yang lebih panjang: -- *garapannya terkenal kuat pada tema*

**W**

**Workshop** : Tempat berkumpulnya para pelaku aktivitas (berkaitan dengan bidang dunia kerja) tertentu yang mana dalam tempat ini, para pelaku melakukan interaksi saling menjual gagasan yang ditujukan untuk memecahkan suatu permasalahan tertentu.



# LAMPIRAN



## **PERNYATAAN KESEDIAAN**

Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Azhar, mahasiswa Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat gambaran umum tentang potensi kelompok pembuat film di Solo. Pengumpulan data berlangsung pada bulan April 2016 melibatkan kelompok-kelompok pembuat film di Surakarta, baik komersial maupun nonkomersial. Hasil penelitian akan disampaikan sebagai laporan tugas akhir skripsi juga sebagai pertimbangan kebijakan / rekomendasi bagi pemerintah.

1. Saya mengerti bahwa jika saya mengikuti penelitian ini, maka saya akan dimintai keterangan perihal kelompok pembuatan film saya dalam 2 tahun terakhir.
2. Saya mengerti bahwa keikutsertaan saya bersifat sepenuhnya sukarela dan saya bisa berhenti ikut serta kapan saja.
3. Saya mengerti bahwa wawancara akan direkam. Rekaman suara ini hanya akan digunakan oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada siapa saja sejauh dibenarkan oleh hukum. Jika rekaman akan digunakan untuk kepentingan selain penelitian ini, saya akan dihubungi terlebih dahulu dan dimintai persetujuan.
4. Saya mengerti bahwa jawaban saya bisa dikutip, tetapi nama saya tidak akan disebut dalam laporan akhir hasil penelitian.
5. Saya telah diberi kesempatan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut penelitian ini
6. Saya dengan sukarela, tanpa paksaan bersedia diwawancarai untuk penelitian “Pemetaan Potensi Pembuat Film Solo 2016” ini.

Saya telah membaca dan menyetujui surat kesediaan ini.

Surakarta, ... April 2016

(.....)

## **“Pemetaan Potensi Pembuat Film Solo 2016”**

### **Kuesioner**

#### **A. Data Administrasi Informan**

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :
4. Pendidikan terakhir :
5. Profesi :
6. Posisi di dalam Organisasi :  
/ kelompok pembuat film
7. No. Telp / HP :
8. Email :

#### **B. Profil Kelompok Pembuat Film**

1. Nama Organisasi :  
/ kelompok pembuat film
2. Alamat :
3. Tautan Media
  - a. website atau blog :
  - b. twitter :
  - c. facebook :
  - d. instagram :
  - e. Youtube :
4. Tahun berdiri :
5. Jumlah anggota :



6. Jenis komunitas (lingkari salah satu)
- a. Institusi Pendidikan    b. Jaringan Pertemanan    c. Profesional
7. Apakah kelompok film anda sudah berbadan hukum?
- a. Bila sudah, bagaimana bentuknya?
- 1) Perkumpulan    2) Yayasan    3) Perseroan    4) Lainnya (sebutkan).....
- b. Bila belum, adakah keinginan untuk berbadan hukum? Penting tidak?
- 1) Ya, karena .....
- 2) Tidak, karena .....
8. Apakah kelompok film anda memiliki NPWP?
9. Apakah kelompok anda memiliki sumber pendanaan tetap?
- a. bila iya,
- 1) Dari mana?
- 2) Berapa besar?
- 3) Sejak kapan?
- 4) Bagaimana bisa didanai?
- b. bila tidak,
- 1) Bagaimana cara pendanaannya selama ini?
- 2) Ada iuran kah? Berapa besar?
10. Apakah memiliki tempat berkegiatan / kantor sekretariat?
- Bila ada apa status kepemilikannya?
- a. Pribadi    b. Sewa    c. Hibah    d. Fasilitas institusi
11. Apakah ada peran koordinator dalam kelompok Anda?
12. Bagaimana sistem perekrutan anggota kelompok Anda? (uraikan)

### C. Kegiatan Komunitas (Produksi & Distribusi)

1. Peralatan apa saja yang anda butuhkan dalam kegiatan produksi?  
Bagaimana cara penyediannya?

No	Nama Alat	Jenis kepemilikan			
		Milik Kelompok	Anggota Kelompok	Sewa di	Lain-lain
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					
9.					
10.					
11.					
12.					

2. Berapa banyak film yang diproduksi oleh kelompok anda 2 tahun terakhir

Tahun Produksi	Fiksi	Dokumenter	Video Klip	Iklan	Video profil	Lain-lain (Sebutkan)
	(jumlah)					(jenis & jumlahnya)
2014						
2015						
2016						

3. Didistribusikan di kanal mana sajakah karya film tersebut?
- a. Festival
    - 1) Festival institusi :
    - 2) Festival kota/ kab :
    - 3) Festival provinsi :
    - 4) Festival nasional :
    - 5) Festival internasional :
  - b. Platform online
    - 1) Youtube :
    - 2) Vimeo :
    - 3) Viddsee :
    - 4) Kineria :
    - 5) Button ijo :
    - 6) Lain-lain :
  - c. Bioskop :
  - d. Pemutaran khusus :
4. Berapa jumlah penonton yang didapat dalam pemutaran di atas?
5. Berapa rata-rata dana yang dibutuhkan dalam tiap produksi film?
- a.  $0 < \text{Rp } 1.000.000,-$
  - b.  $\text{Rp } 1.000.001 - \text{Rp } 5.000.000,-$
  - c.  $> \text{Rp } 5.000.000 - \text{Rp } 10.000.000,-$
  - d.  $> \text{Rp } 10.000.000,-$
6. Bagaimana cara kelompok anda dalam mencari pendanaan (fund rising) untuk produksi film?
7. Tahukah anda bila kegiatan kelompok pembuat film dapat didukung oleh pemerintah daerah?
- a. Tidak Tahu
  - b. Bila iya, dukungan apa saja yang dapat diberikan oleh pemerintah?

8. Pernahkah anda mengajukan proposal kegiatan untuk didukung pemerintah?
  - a. Belum pernah
  - b. Bila pernah, bagaimana bentuk dukungannya?
9. Diterima atau ditolak?
  - a. Bila diterima,
    - 1) Dukungan apa saja yg diperoleh?
    - 2) Bagaimana sistem kerjasamanya?
  - b. Bila ditolak, apa alasan pemerintah menolak?
10. Pernahkah anda dilibatkan dalam perumusan kebijakan bidang perfilman Kota Solo?

#### **D. Hubungan Pendana-Pembuat Film**

1. Film anda pernah didanai oleh pihak ketiga? (iya / tidak)  
Bila iya,
  - a. Bagaimana film anda bisa didanai?
  - b. Bagaimana bentuknya? (modal/ hibah)
    - 1) Uang      2) Alat      3) Kantor      4) Lainnya (sebutkan).....
2. Apakah pendana dari institusi film? Kenal dari mana?
3. Berapa jumlah film yang pernah didanai oleh pihak ketiga?
4. Apakah pendanaan tersebut berulang?
  - a. Mengapa hubungan tersebut bisa berulang?
  - b. Jika tidak berulang mengapa?
5. Bagaimana cara film anda tawarkan kepada calon pendana?
6. Bagaimana proses negosiasi biaya produksi dengan pendana?
7. Adakah sistem bagi hasil dan resiko? (ada / tidak)
  - a. `Bila ada, bagaimana sistemnya?
8. Apakah ada kontrak untuk mengatur pembagian keuntungan?
9. Jika pembuat film gagal memproduksi film (film tidak selesai) bagaimana hubungan dengan pihak pendana. (uraikan)
10. Apakah ada kesepakatan dengan pendana mengenai pengaturan hak cipta?

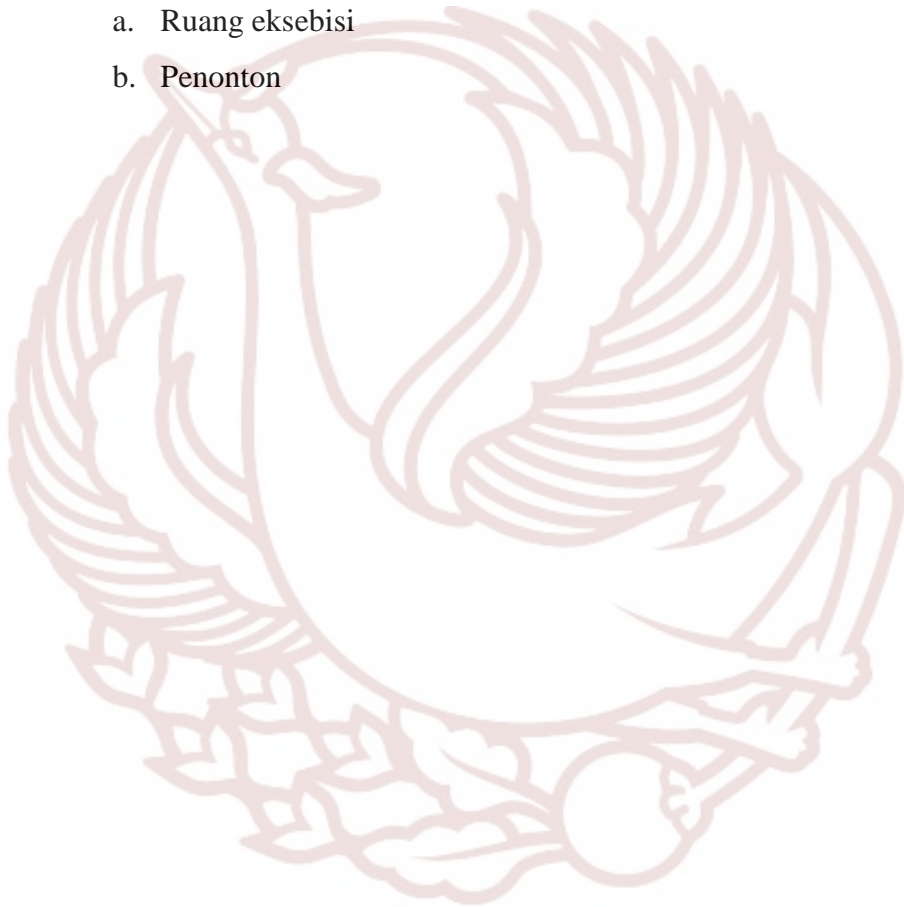
## **E. Hubungan Pembuat-Pekerja Film**

1. Apakah anda membayar pekerja produksi film anda? (iya / tidak)
  - a. Bila iya, berapakah *range*/ tingkatan upah yang anda berikan? (tertinggi – terendah)
  - b. Apa bila anda tidak membayar pekerja produksi film anda, maka? (uraikan masing-masing)
    - 1) Apa yang anda berikan?
    - 2) Kapan?
    - 3) Darimana Sumbernya?
    - 4) Mengapa?
2. Peran apakah yang selalu dipegang oleh anggota dalam tiap produksi?
  - a. Produser
  - b. Sutradara
  - c. Penulis
  - d. Lainnya (uraikan).....
3. Peran apakah yang selalu dipegang oleh pekerja film anda (di luar anggota) dalam tiap produksi?
  - a. Penata Gambar
  - b. Sutradara
  - c. Penulis
  - d. Lainnya (uraikan).....
4. Bagaimana cara mendapatkan pekerja produksi? (individu / kelompok)
  - a. Rekomendasi
  - b. Pertemanan
  - c. Rekrutmen
  - d. Mencari berdasar portofolio
5. Bagaimanakah sistem perjanjian kerja dengan pekerja produksi film?
  - 1) Anggota
  - 2) Di luar Anggota
6. Siapakah yang bertugas melatih pekerja yang baru bergabung (belum pernah bergabung sebelumnya; uraikan)?
7. Apakah ada evaluasi terhadap pekerja anda, setelah proyek berakhir? (uraikan)
  - a. Siapa yang melakukan?
  - b. Bagaimana mekanisme evaluasi tersebut?



## **F. Harapan**

1. Apakah harapan dalam proses produksi film anda kedepannya?
  - a. Segi pendanaan
  - b. Segi pekerja
2. Apakah harapan dalam pendistribusian (eksebisi) film anda kedepannya?
  - a. Ruang eksebisi
  - b. Penonton



## DAFTAR KARYA

2014 - 2016

No.	Judul	Jenis Film	Tahun Produksi	Distribusi / Eksibisi	Biaya Produksi	Sumber Dana

## DAFTAR PRESTASI

2014 - 2016

No.	Judul	Prestasi	Tahun